

Buenos Aires, 30 de enero de 2008

Encuesta de Supermercados

Diciembre de 2007

La encuesta de Supermercados releva información de un total de 69 empresas que cuentan con 1.501 bocas de expendio distribuidas en todo el territorio nacional.

Ventas a precios corrientes con estacionalidad

Las ventas a precios corrientes comprendidas en la encuesta alcanzaron los \$3.738,9 millones, lo cual representa una suba de 30,7% respecto al mismo mes del año anterior y un aumento de 30,9% respecto a noviembre de 2007.

La variación interanual de las ventas de los doce meses del año 2007 fue de 29,7%.

Ventas a precios constantes desestacionalizadas

Las ventas desestacionalizadas a precios constantes aumentaron 1,9% con respecto a noviembre de 2007.

A su vez, la evolución interanual de las ventas del mes de diciembre de 2007 registró una variación positiva de 22,8%.

La tendencia ciclo registró una variación positiva de 1,4% con relación al mes anterior.

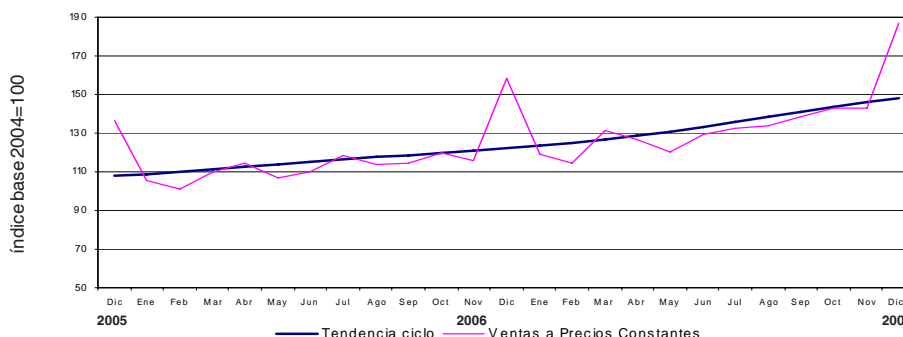
Cuadro 1. Evolución de las ventas a precios corrientes. Variaciones porcentuales

Período	Ventas en millones de pesos	Variación porcentual respecto al		
		mes anterior	año anterior	acumulado del año 2007 respecto del acumulado del 2006
2005	20.917,7	14,6	///	///
2006	24.633,0	17,8	///	///
2006 Dic	2.860,3	37,3	23,0	17,8
2007 Nov	2.856,9	-1,2	37,2	29,5
Dic*	3.738,9	30,9	30,7	29,7

Cuadro 2. Ventas a precios constantes. Series desestacionalizada y tendencia ciclo. Variaciones porcentuales

Período	Mes anterior		Año anterior
	Desestacionalizada	Tendencia ciclo	Desestacionalizada
2006 Dic	1,6	1,0	14,4
2007 Nov	2,6	1,7	22,4
Dic*	1,9	1,4	22,8

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



Los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires comprenden: 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.

Este relevamiento, de **periodicidad mensual**, es representativo de la actividad de una nómina de empresas de supermercados que cuentan por lo menos con alguna boca de expendio cuya superficie de ventas supere los 300 m².

Los datos que aquí se presentan tienen carácter de provisionarios, dado que la información se recopila y actualiza permanentemente, pudiendo ser modificados de acuerdo con nueva información suministrada por las empresas.

Serie de ventas a precios corrientes sin desestacionalizar

Análisis de los resultados de Noviembre de 2007

Si se comparan las ventas a precios corrientes de noviembre de 2007 con las de octubre de 2007, se observa una baja de 1,2% a nivel total. Las disminuciones más significativas se registraron en Resto de Bs.As. (3,1%), 24 partidos de la Provincia de Buenos Aires (3,0%), Otras provincias del Centro y del Oeste (2,6%), Salta (2,5%) y Ciudad de Buenos Aires (2,2%).

La variación interanual de las ventas totales registró un aumento de 37,2%. En este caso, las jurisdicciones donde se registraron las subas más importantes fueron Tucumán (65,9%), Otras provincias del Centro y del Oeste (63,2%), Salta (61,1%), Chubut (56,1%) y Otras provincias del Sur³ (51,3%).

Las ventas de los primeros once meses del año 2007 fueron 29,5% superiores a las correspondientes al mismo período del año 2006. Las jurisdicciones donde se reflejó un mayor incremento fueron Otras provincias del Centro y del Oeste (60,0%), Salta (54,1%), Tucumán (45,4%) y Chubut (41,1%). La jurisdicción de menor incremento fue Ciudad de Buenos Aires (23,2%).

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

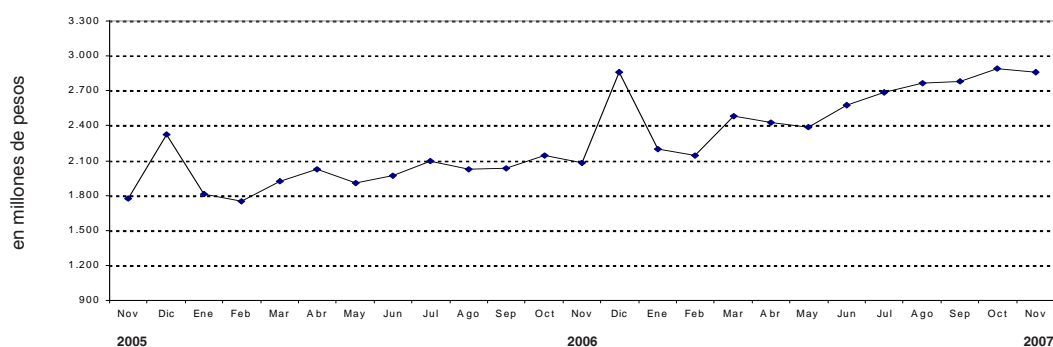
Jurisdicción	Ventas a precios corrientes			Variación porcentual		
	2006		2007	mes anterior	año anterior	acumulado del año 2007 respecto del acumulado del 2006
	Noviembre	Octubre	Noviembre			
	miles de pesos					
Total	2.082.643	2.892.834	2.856.860	-1,2	37,2	29,5
Ciudad de Buenos Aires	413.137	548.640	536.767	-2,2	29,9	23,2
24 partidos de la prov. de Bs.As.	555.789	762.711	739.573	-3,0	33,1	27,3
Resto de Bs.As.	263.805	354.595	343.779	-3,1	30,3	27,0
Córdoba	147.117	197.225	195.320	-1,0	32,8	25,1
Chubut	57.518	88.688	89.775	1,2	56,1	41,1
Entre Ríos	33.658	50.308	49.600	-1,4	47,4	39,9
Mendoza	144.246	197.550	197.911	0,2	37,2	28,6
Neuquén	62.722	91.081	94.625	3,9	50,9	34,6
Salta	21.989	36.313	35.416	-2,5	61,1	54,1
Santa Fe	112.675	153.663	153.827	0,1	36,5	29,4
Tucumán	36.986	58.965	61.342	4,0	65,9	45,4
Otras provincias del Norte ¹	60.394	86.661	91.315	5,4	51,2	34,0
Otras provincias del Centro y del Oeste ²	54.032	90.547	88.178	-2,6	63,2	60,0
Otras provincias del Sur ³	118.575	175.887	179.432	2,0	51,3	39,5

¹ Comprende las provincias de Corrientes, Chaco, Formosa, Jujuy, Misiones y Santiago del Estero.

² Comprende las provincias de Catamarca, La Rioja, San Juan y San Luis.

³ Comprende las provincias de La Pampa, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

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



Si se comparan las ventas por rubros a precios corrientes de noviembre de 2007 con las de octubre del mismo año, las bajas más significativas se observan en las ventas de Electrónicos y artículos para el hogar (26,7%), seguido por Indumentaria, calzados y textiles para el hogar y Verdulería y frutería (5,6%), Lácteos (2,8%), Panadería (1,7%) y Artículos de limpieza y perfumería (1,6%).

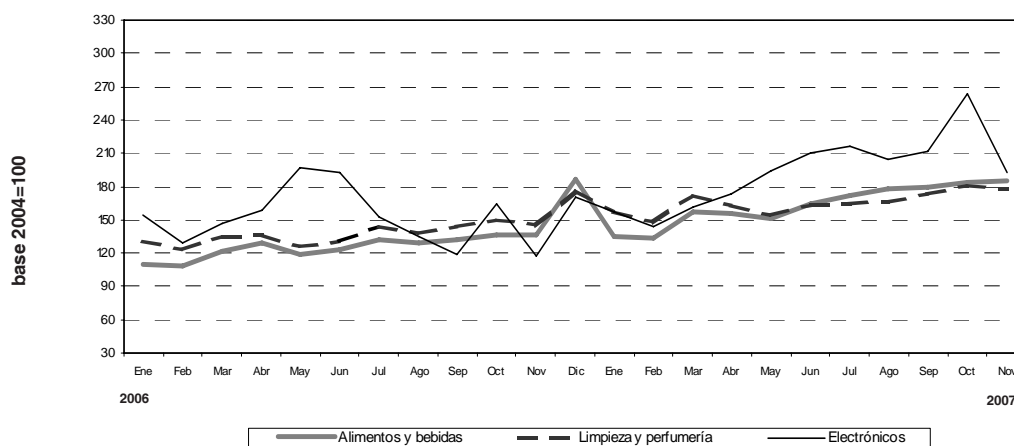
En la variación interanual, se observan los aumentos más significativos en Electrónicos y artículos para el hogar (64,2%), Otros (60,9%), Indumentaria, calzados y textiles para el hogar (58,0%), Almacén (44,0%) y Alimentos preparados y rotisería (43,0%).

Con respecto a la variación acumulada, el mayor incremento surge en Verdulería y frutería (47,0%), Otros (40,4%), Alimentos preparados y rotisería (36,4%), Almacén (35,3%) e Indumentaria, calzados y textiles para el hogar (31,4%).

Cuadro 4. Evolución de las ventas a precios corrientes, por grupo de artículos. Variaciones porcentuales

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes			Variación porcentual		
	2006		2007	mes anterior	año anterior	acumulado del año 2007 respecto del acumulado del 2006
	Noviembre	Octubre	Noviembre			
miles de pesos						
Total	2.082.643	2.892.834	2.856.860	-1,2	37,2	29,5
Alimentos y bebidas	1.460.166	1.970.808	1.982.039	0,6	35,7	30,3
Bebidas	241.032	289.967	316.771	9,2	31,4	27,6
Almacén	489.812	700.176	705.289	0,7	44,0	35,3
Panadería	61.375	78.061	76.769	-1,7	25,1	18,0
Lacteos	267.785	345.752	336.021	-2,8	25,5	23,5
Carnes	264.497	359.858	358.063	-0,5	35,4	26,5
Verdulería y frutería	99.200	145.138	136.990	-5,6	38,1	47,0
Alimentos preparados y rotisería	36.465	51.856	52.136	0,5	43,0	36,4
Artículos de limpieza y perfumería	328.213	405.982	399.679	-1,6	21,8	20,9
Indumentaria, calzado y textiles para el hogar	43.340	72.512	68.478	-5,6	58,0	31,4
Electrónicos y artículos para el hogar	86.907	194.793	142.728	-26,7	64,2	27,7
Otros	164.017	248.739	263.936	6,1	60,9	40,4

Gráfico 3. Evolución mensual de las ventas a precios corrientes por grupos de artículos



Las ventas a precios corrientes del mes de noviembre de 2007 totalizaron \$2.856,9 millones. De ese total, \$2.370,4 millones (83,0%) corresponden a las grandes cadenas y \$486,5 millones (17,0%) a las medianas. Las ventas de las cadenas grandes y medianas registraron en el mes de noviembre, con respecto a octubre de 2007, disminuciones de 0,8% y 3,3%, respectivamente.

Con relación a noviembre de 2006, el incremento fue de 37,7% en las grandes cadenas y de 34,5% en las medianas.

Las ventas por metro cuadrado a precios corrientes en las cadenas grandes y medianas alcanzaron los \$1.384 y \$925 respectivamente, registrándose disminuciones de 0,8% en las primeras y de 3,3% en las segundas.

La variación interanual de las ventas por metro cuadrado a precios corrientes en noviembre de 2007 registró un alza de 31,7% en el caso de las grandes cadenas y de 31,4% en lo que respecta a las medianas.

Si se consideran las ventas por metro cuadrado a precios constantes, las grandes cadenas registraron una suba del 0,9% y las cadenas medianas una baja del 1,8%. Asimismo, la variación interanual mostró un incremento de 18,9% en las grandes cadenas y de 18,5% en las medianas.

El acumulado de los primeros once meses del año 2007 respecto a igual período de 2006, registra un aumento de 12,1% en las grandes cadenas y de 12,9% en las cadenas medianas (cuadro 7).

Cuadro 5. Ventas a precios corrientes, según tipo de cadena. Variaciones porcentuales

Tipo de cadena	Monto en miles de pesos			Variación %		
	2006	2007		mes anterior	año anterior	acumulado del año 2007 respecto del acumulado del 2006
	Noviembre	Octubre	Noviembre			
Todas las cadenas	2.082.643	2.892.834	2.856.860	-1,2	37,2	29,5
Cadenas grandes	1.720.835	2.390.007	2.370.386	-0,8	37,7	31,2
Cadenas medianas	361.808	502.827	486.474	-3,3	34,5	22,0

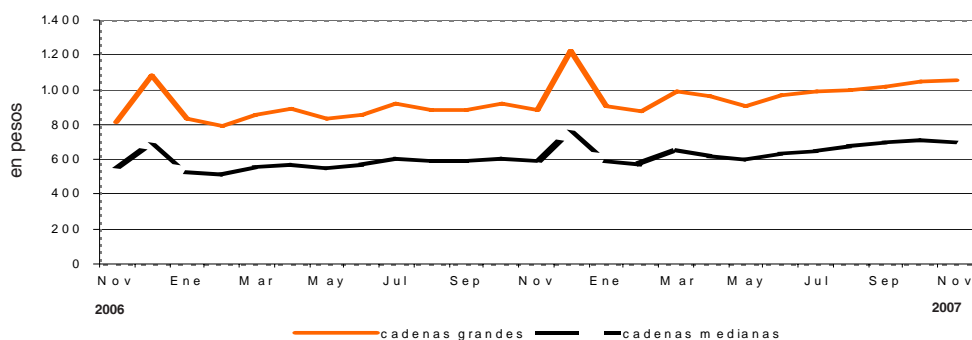
Cuadro 6. Ventas a precios corrientes por metro cuadrado en pesos, según tipo de cadena. Variaciones porcentuales

Tipo de cadena	Monto en pesos			Variación %		
	2006	2007		mes anterior	año anterior	acumulado del año 2007 respecto del acumulado del 2006
	Noviembre	Octubre	Noviembre			
Todas las cadenas	968	1.292	1.276	-1,2	31,8	25,3
Cadenas grandes	1.051	1.395	1.384	-0,8	31,7	24,4
Cadenas medianas	704	957	925	-3,3	31,4	25,3

Cuadro 7. Ventas a precios constantes por metro cuadrado en pesos, según tipo de cadena. Variaciones porcentuales

Tipo de cadenas	Monto en pesos			Variación %		
	2006	2007		mes anterior	año anterior	acumulado del año 2007 respecto del acumulado del 2006
	Noviembre	Octubre	Noviembre			
Todas las cadenas	816	966	970	0,4	18,9	12,8
Cadenas grandes	885	1.043	1.052	0,9	18,9	12,1
Cadenas medianas	593	716	703	-1,8	18,5	12,9

Gráfico 4. Evolución mensual de las ventas a precios constantes por metro cuadrado, según tipo de cadena



Cuadro 9. Ventas , ventas por boca, ventas por metro cuadrado y ventas por operación a precios corrientes, según jurisdicción

Período	Ventas totales en miles de pesos	Número de bocas	Ventas por boca en miles de pesos	Superficie del área de ventas en m ²	Ventas por m ² en pesos	Número de operaciones	Ventas por operación en pesos
Total							
2006 Noviembre	2.082.643	1.469	1.418	2.151.037	968	58.033.554	35,9
2007 Octubre	2.892.834	1.501	1.927	2.239.212	1.292	63.404.647	45,6
Noviembre	2.856.860	1.501	1.903	2.238.962	1.276	61.383.018	46,5
Ciudad de Buenos Aires							
2006 Noviembre	413.137	352	1.174	354.845	1.164	12.083.027	34,2
2007 Octubre	548.640	356	1.541	361.677	1.517	12.687.708	43,2
Noviembre	536.767	357	1.504	362.675	1.480	12.450.189	43,1
24 partidos de la Provincia de Buenos Aires							
2006 Noviembre	555.789	381	1.459	630.154	882	13.577.085	40,9
2007 Octubre	762.711	385	1.981	651.626	1.170	14.219.604	53,6
Noviembre	739.573	385	1.921	651.626	1.135	13.234.899	55,9
Resto de Buenos Aires							
2006 Noviembre	263.805	231	1.142	318.336	829	6.921.609	38,1
2007 Octubre	354.595	234	1.515	323.181	1.097	7.513.002	47,2
Noviembre	343.779	233	1.475	321.933	1.068	7.248.858	47,4
Córdoba							
2006 Noviembre	147.117	92	1.599	158.053	931	4.110.656	35,8
2007 Octubre	197.225	80	2.465	160.663	1.228	4.207.828	46,9
Noviembre	195.320	80	2.442	160.663	1.216	4.063.467	48,1
Chubut							
2006 Noviembre	57.518	33	1.743	39.840	1.444	1.420.195	40,5
2007 Octubre	88.688	35	2.534	40.740	2.177	1.540.750	57,6
Noviembre	89.775	35	2.565	40.740	2.204	1.439.391	62,4
Entre Ríos							
2006 Noviembre	33.658	21	1.603	38.406	876	1.117.038	30,1
2007 Octubre	50.308	22	2.287	39.015	1.289	1.279.318	39,3
Noviembre	49.600	22	2.255	39.015	1.271	1.224.427	40,5
Mendoza							
2006 Noviembre	144.246	107	1.348	155.750	926	6.366.758	22,7
2007 Octubre	197.550	110	1.796	164.650	1.200	7.653.441	25,8
Noviembre	197.911	110	1.799	164.650	1.202	7.625.813	26,0
Neuquén							
2006 Noviembre	62.722	33	1.901	52.943	1.185	1.457.181	43,0
2007 Octubre	91.081	40	2.277	58.780	1.550	1.688.210	54,0
Noviembre	94.625	40	2.366	58.780	1.610	1.770.006	53,5
Salta							
2006 Noviembre	21.989	9	2.443	25.904	849	728.193	30,2
2007 Octubre	36.313	13	2.793	29.837	1.217	877.181	41,4
Noviembre	35.416	13	2.724	29.837	1.187	834.482	42,4
Santa Fe							
2006 Noviembre	112.675	65	1.733	137.552	819	2.689.611	41,9
2007 Octubre	153.663	65	2.364	137.552	1.117	2.943.692	52,2
Noviembre	153.827	65	2.367	137.552	1.118	2.884.262	53,3
Tucumán							
2006 Noviembre	36.986	11	3.362	38.654	957	971.413	38,1
2007 Octubre	58.965	15	3.931	48.705	1.211	1.234.677	47,8
Noviembre	61.342	15	4.089	48.705	1.259	1.199.034	51,2
Otras provincias del Norte¹							
2006 Noviembre	60.394	33	1.830	76.364	791	1.892.513	31,9
2007 Octubre	86.661	33	2.626	76.364	1.135	2.039.954	42,5
Noviembre	91.315	33	2.767	76.364	1.196	1.956.703	46,7
Otras provincias del Centro y del Oeste²							
2006 Noviembre	54.032	32	1.689	57.301	943	1.781.954	30,3
2007 Octubre	90.547	35	2.587	71.162	1.272	2.225.984	40,7
Noviembre	88.178	35	2.519	71.162	1.239	2.157.629	40,9
Otras provincias del Sur³							
2006 Noviembre	118.575	69	1.718	66.935	1.771	2.916.321	40,7
2007 Octubre	175.887	78	2.255	75.260	2.337	3.293.298	53,4
Noviembre	179.432	78	2.300	75.260	2.384	3.293.858	54,5

¹ Comprende las provincias de Corrientes, Chaco, Formosa, Jujuy, Misiones y Santiago del Estero.

² Comprende las provincias de Catamarca, La Rioja, San Juan y San Luis.

³ Comprende las provincias de La Pampa, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

El personal ocupado total en el mes de noviembre de 2007 alcanzó a 95.219 personas. Si se compara con el personal ocupado total en octubre de 2007, se verifica un incremento de 2,1%. La variación interanual registró una suba de 10,2%, mientras que el acumulado de los primeros once meses de 2007 con respecto al acumulado de los primeros once meses de 2006 alcanzó un incremento de 5,1% (cuadro 10).

Los salarios brutos promedio en el mes de noviembre de 2007 fueron de \$3.169 para los gerentes, supervisores y otro personal jerárquico y de \$1.391 para los cajeros, administrativos, reposidores y otros (cuadro 12).

Cuadro 10. Personal ocupado asalariado, por categoría. Todas las cadenas

Tipo de cadenas	Cantidad de personal ocupado			Variación %		
	2006	2007		mes anterior	año anterior	acumulado del año 2007 respecto del acumulado del 2006
	Noviembre	Octubre	Noviembre			
Total	86.408	93.265	95.219	2,1	10,2	5,1
Gerentes, supervisores y otro personal jerárquico	11.017	11.954	12.110	1,3	9,9	-1,0
Cajeros, administrativos y otros	75.391	81.311	83.109	2,2	10,2	6,0

Cuadro 11. Sueldos y salarios brutos y contribuciones patronales, por categoría. Todas las cadenas

Tipo de cadenas	Monto en miles de pesos			Variación %		
	2006	2007		mes anterior	año anterior	acumulado del año 2007 respecto del acumulado del 2006
	Noviembre	Octubre	Noviembre			
Total						
Sueldos y salarios brutos	123.349	161.141	153.976	-4,4	24,8	23,2
Contribuciones patronales	29.913	38.489	35.751	-7,1	19,5	19,2
Gerentes, supervisores y otro personal jerárquico						
Sueldos y salarios brutos	32.316	39.255	38.382	-2,2	18,8	21,8
Contribuciones patronales	7.799	9.537	8.867	-7,0	13,7	17,7
Cajeros, administrativos y otros						
Sueldos y salarios brutos	91.033	121.886	115.594	-5,2	27,0	23,7
Contribuciones patronales	22.114	28.952	26.884	-7,1	21,6	19,7

Cuadro 12. Sueldos y salarios brutos promedio, por categoría. Todas las cadenas

Tipo de cadenas	Monto en pesos			Variación %		
	2006	2007		mes anterior	año anterior	acumulado del año 2007 respecto del acumulado del 2006
	Noviembre	Octubre	Noviembre			
Total	1.428	1.728	1.617	-6,4	13,2	17,2
Gerentes, supervisores y otro personal jerárquico	2.933	3.284	3.169	-3,5	8,0	22,7
Cajeros, administrativos y otros	1.207	1.499	1.391	-7,2	15,2	16,6

La variación de precios implícitos de la encuesta de supermercados refleja las modificaciones de un conjunto acotado de precios de productos y no, obviamente, del total de precios de la economía, por lo cual no puede tomarse como una medida de la inflación. Dado el marco metodológico propio de cada encuesta, resulta técnicamente inviable realizar una comparación con otros indicadores de evolución de precios elaborados por el INDEC.

Por citar un ejemplo, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) toma en cuenta mucha mayor cantidad de bienes, además de una amplia gama de servicios, a la vez que incluye precios de venta no sólo en supermercados sino en diversos tipos de comercios más pequeños. Adicionalmente se debe tener en cuenta que, en tanto la encuesta de supermercados toma como año base el año 2004, el IPC es base 1999=100.

Cuadro 13. Evolución de los Índices de Precios Implícitos (IPI) de la Encuesta de Supermercados. Índice base 2004=100

Período	2005	2006	2007
	108,4	117,0	
Enero	103,3	113,6	121,7
Febrero	104,3	114,4	123,1
Marzo	106,5	116,1	124,7
Abril	106,7	116,9	126,6
Mayo	104,6	117,8	130,6
Junio	107,9	118,1	131,4
Julio	109,5	116,9	133,5
Agosto	110,7	117,2	135,8
Septiembre	112,3	117,5	132,8
Octubre	109,2	118,3	133,7
Noviembre	112,8	118,7	131,6
Diciembre	112,5	118,9	131,9*

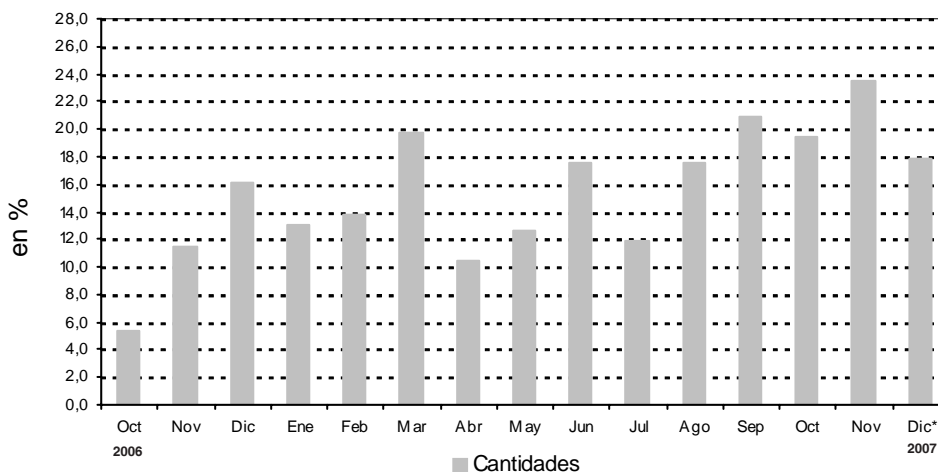
Cuadro 14. Variación interanual de los IPI de la Encuesta de Supermercados. Índice base 2004=100

Período	2005	2006	2007
	8,4	8,0	
Enero	4,9	10,0	7,1
Febrero	5,7	9,7	7,6
Marzo	10,1	9,0	7,4
Abril	9,7	9,6	8,3
Mayo	6,6	12,6	10,9
Junio	7,1	9,5	11,3
Julio	8,8	6,8	14,2
Agosto	9,2	5,9	15,9
Septiembre	10,0	4,6	13,0
Octubre	7,2	8,3	13,0
Noviembre	10,9	5,2	10,9
Diciembre	10,7	5,7	10,9

Cuadro 15. Series a precios corrientes, a precios constantes, desestacionalizada a precios constantes, tendencia y sus variaciones. Índices base 2004=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	
2005 Ene	104,5	-22,6	14,7	101,2	-23,9	9,5	104,5	0,2	12,5	102,9	0,7	102,9	0,2	12,5	102,9	0,7
Feb	98,3	-6,0	7,1	94,3	-6,8	1,4	103,0	-1,5	5,8	103,6	0,6	103,6	-1,5	5,8	103,6	0,6
Mar	110,9	12,9	16,3	104,3	10,6	5,9	104,4	1,3	6,0	104,1	0,5	104,1	1,3	6,0	104,1	0,5
Abr	110,4	-0,5	14,4	103,7	-0,6	4,6	102,6	-1,7	1,6	104,6	0,4	104,6	-1,7	1,6	104,6	0,4
May	107,2	-3,0	11,6	102,6	-1,1	4,7	107,5	4,7	8,4	105,0	0,4	105,0	4,7	8,4	105,0	0,4
Jun	108,1	0,9	15,5	100,3	-2,2	8,0	105,9	-1,5	7,7	105,4	0,4	105,4	-1,5	7,7	105,4	0,4
Jul	119,6	10,6	17,1	109,4	9,1	7,8	106,3	0,4	6,5	105,9	0,4	105,9	0,4	6,5	105,9	0,4
Ago	112,6	-5,9	12,9	101,9	-6,9	3,6	105,9	-0,4	5,1	106,3	0,4	106,3	-0,4	5,1	106,3	0,4
Sep	110,5	-1,8	16,9	98,6	-3,2	6,7	105,7	-0,2	5,9	106,7	0,4	106,7	-0,2	5,9	106,7	0,4
Oct	123,2	11,5	15,2	113,3	14,9	7,6	108,9	3,1	8,2	107,2	0,4	107,2	3,1	8,2	107,2	0,4
Nov	116,7	-5,3	20,2	103,9	-8,3	8,8	109,1	0,2	8,8	107,6	0,4	107,6	0,2	8,8	107,6	0,4
Dic	152,9	31,0	13,2	136,6	31,5	2,7	107,4	-1,6	2,9	108,2	0,5	108,2	-1,6	2,9	108,2	0,5
2006 Ene	119,4	-21,9	14,2	105,4	-22,8	4,2	108,4	0,9	3,7	109,0	0,7	109,0	0,9	3,7	109,0	0,7
Feb	114,9	-3,8	16,9	100,9	-4,3	7,0	110,2	1,7	7,0	109,9	0,9	109,9	1,7	7,0	109,9	0,9
Mar	126,6	10,2	14,1	109,7	8,7	5,2	109,0	-1,1	4,4	111,1	1,0	111,1	-1,1	4,4	111,1	1,0
Abr	133,0	5,1	20,4	114,6	4,5	10,5	112,4	3,1	9,5	112,4	1,2	112,4	3,1	9,5	112,4	1,2
May	125,2	-5,9	16,8	107,0	-6,6	4,3	114,2	1,6	6,2	113,7	1,2	113,7	1,6	6,2	113,7	1,2
Jun	129,7	3,6	19,9	110,2	3,0	9,9	115,5	1,2	9,1	115,1	1,2	115,1	1,2	9,1	115,1	1,2
Jul	137,8	6,3	15,2	118,5	7,5	8,3	115,9	0,3	9,1	116,4	1,1	116,4	0,3	9,1	116,4	1,1
Ago	133,2	-3,3	18,3	114,1	-3,7	12,0	118,3	2,1	11,8	117,5	1,0	117,5	2,1	11,8	117,5	1,0
Sep	133,9	0,5	21,1	114,4	0,3	16,0	119,0	0,5	12,6	118,6	0,9	118,6	0,5	12,6	118,6	0,9
Oct	140,8	5,2	14,2	119,4	4,4	5,4	118,7	-0,3	9,0	119,7	0,9	119,7	-0,3	9,0	119,7	0,9
Nov	136,9	-2,8	17,3	115,8	-3,0	11,5	120,9	1,8	10,7	120,9	0,9	120,9	1,8	10,7	120,9	0,9
Dic	188,0	37,3	23,0	158,5	36,9	16,0	122,8	1,6	14,4	122,1	1,0	122,1	1,6	14,4	122,1	1,0
2007 Ene	144,7	-23,1	21,2	119,1	-24,9	13,0	124,5	1,3	14,8	123,5	1,1	123,5	1,3	14,8	123,5	1,1
Feb	141,1	-2,5	22,8	114,8	-3,6	13,8	125,4	0,7	13,7	125,0	1,2	125,0	0,7	13,7	125,0	1,2
Mar	163,1	15,6	28,9	131,4	14,5	19,8	126,6	1,0	16,1	126,6	1,3	126,6	1,0	16,1	126,6	1,3
Abr	159,7	-2,1	20,1	126,6	-3,7	10,5	128,1	1,2	13,9	128,5	1,5	128,5	1,2	13,9	128,5	1,5
May	156,8	-1,8	25,3	120,5	-4,8	12,6	128,6	0,4	12,6	130,6	1,6	130,6	0,4	12,6	130,6	1,6
Jun	169,6	8,1	30,8	129,6	7,6	17,6	132,0	2,6	14,2	132,9	1,8	132,9	2,6	14,2	132,9	1,8
Jul	176,6	4,1	28,1	132,6	2,3	11,9	134,4	1,8	15,9	135,5	2,0	135,5	1,8	15,9	135,5	2,0
Ago	181,6	2,8	36,3	134,1	1,1	17,5	137,8	2,6	16,5	138,3	2,1	138,3	2,6	16,5	138,3	2,1
Sep	182,9	0,7	36,6	138,3	3,1	20,9	142,4	3,3	19,7	141,1	2,0	141,1	3,3	19,7	141,1	2,0
Oct	190,2	4,0	35,1	142,6	3,1	19,4	144,2	1,3	21,5	143,8	1,9	143,8	1,3	21,5	143,8	1,9
Nov	187,8	-1,2	37,2	143,1	0,4	23,6	148,0	2,6	22,4	146,3	1,7	146,3	2,6	22,4	146,3	1,7
Dic*	245,8	30,9	30,7	186,7	30,5	17,8	150,8	1,9	22,8	148,3	1,4	148,3	1,9	22,8	148,3	1,4

Gráfico 6. Cantidades, variación porcentual respecto a igual período del año anterior.



Síntesis metodológica

Los cálculos requeridos para los índices originales de este informe, requieren deflataciones de precios a 1999. Para eso, se construyen índices de precios Laspeyres, con ponderadores y relativos de precios derivados del IPC dentro de cada Grupo de artículos. Un detalle con fórmulas aparece en www.indec.gov.ar / Comercio y servicios / Comercio/ Supermercados / Descripción de la Construcción de los Índices.

Cuadro 13 - Cálculo del IPI. Se trata de una serie de valores del Índice de Precios Implícitos. El valor mensual surge como el cociente de la facturación a precios corrientes y la facturación deflactada con precios promedios 1999, llevado a promedio 100 en 2004.

Cuadro 15

- **Cálculo de la serie a Precios Corrientes.** La serie utiliza como base el promedio de las 12 facturaciones a precios corrientes, efectuando la comparación con el promedio del año 2004.

- **Cálculo de la serie de IVF a precios constantes.** La serie se calcula con la facturación de cada mes a precios 1999, dividiendo por la facturación promedio del año 2004 a precios promedio 1999.

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 (2 1 2)(0 1 1)₁₂
- Ajuste de efecto por días de actividad (efecto trading days)
- Ajuste de efecto fin de semana largo del 1 de enero
- Ajuste de efecto pascuas con 8 días de impacto gradual
- Ajuste por largo de mes
- Ajuste de variación por outliers

Estimación de la Tendencia Ciclo

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

- Extensión de la serie desestacionalizada modificada por valores extremos con el modelo Arima log (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.

Para mayor información acerca del ajuste estacional y estimación de la Tendencia para este índice se puede consultar la Síntesis Metodológica que está disponible en la Dirección de Difusión del INDEC.

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