

I N F O R M E E C O N Ó M I C O
C I U D A D D E B U E N O S A I R E S



NÚMERO 3 2
ABRIL 2003



El presente informe ha sido elaborado por el CEDEM, Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano de la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Las distintas ediciones del Informe Mensual de Coyuntura Económica se encuentran disponibles en Internet: www.cedem.org.ar y www.buenosaires.gov.ar/cedem

Dirección: Matías Kulfas
Coordinación del informe: Pablo Perelman
Consultores: Elina López, Fernando Álvarez de Celis, María Agustina Briner, Santiago Junca, Héctor Rubini, Paulina Seivach y Marcelo Yangosian

Dirección General de
Industria y Comercio: Daniel Loíacono

Asistentes: Verónica Simone
María Eva Raffoul

Fecha de cierre de la presente publicación: 25 de abril de 2003

Fotos de tapa: Pablo Oliveri
Diseño gráfico: Carolina Testa

Índice

Resumen Ejecutivo	4
2. Actividad Económica	7
2.1. Actividad industrial	7
2.2. Comercio	10
2.3. Construcción y mercado inmobiliario	28
2.4. Transporte	31
2.5. Servicios públicos	33
2.6. Turismo	35
2.7. Industrias culturales	42
2.8. Comercio exterior	49
3. Mercado Laboral	52
4. Situación fiscal	53
4.1. Recursos Tributarios	53
5. Gestión del GCBA	54
6. Secretaría de Desarrollo Económico	57

1. RESUMEN EJECUTIVO

La mayoría de los indicadores que miden la actividad económica en la Ciudad de Buenos Aires, muestran una mejora en comparación con los bajos niveles observados hacia finales del año pasado y principios de 2002, cuando la economía porteña fue afectada de manera profundamente negativa - como el resto del territorio nacional - por la imposición del *corralito bancario*, el abrupto fin de la convertibilidad, la devaluación del peso y el retorno del proceso inflacionario, que determinaron una virtual paralización de las actividades económicas.

Se observan algunos sectores que han logrado en el marco del nuevo escenario macroeconómico, reaccionar positivamente; algunos de ellos, incluso, muestran un dinamismo importante debido a que han logrado tasas elevadas de sustitución de importaciones; otros poseen ahora precios competitivos para colocar ciertos productos en el exterior; y están los que se han beneficiado por la creciente afluencia - especialmente desde el segundo semestre - de visitantes extranjeros. También se advierte una recuperación notable de las expectativas y del nivel de actividad del sector de la construcción, aunque en éste caso debe tenerse presente que la comparación se realiza contra un mes de absoluta paralización.

La actividad turística se ha transformado en una de las principales impulsoras de la actividad económica de la Ciudad; por un lado, aminorando el impacto negativo de la caída del consumo interno y, por otro lado, generando un dinamismo *per se* en ciertas actividades en las cuales, el gasto de los visitantes impacta de manera fuerte y directa.

En el primer trimestre del año visitaron la Ciudad de Buenos Aires 1.650.000 turistas, de los cuales 600.000 arribaron en el pasado mes de marzo. En los tres primeros meses del año el número de visitantes procedentes del extranjero fue cuatro veces mayor que en igual período del año anterior, mientras que el gasto que efectuaron durante su estadía se multiplicó en dólares casi cuatro veces. Recientemente se ha advertido una reducción intermensual del gasto medio medido en pesos, ya que frente a la baja en la cotización de la divisa norteamericana, los turistas mantienen constante el gasto en dólares. Por su parte, aunque el turismo interno tuvo en la Ciudad un incremento más moderado respecto de igual período del año anterior, los visitantes del interior explican el 40% del gasto turístico agregado.

Es importante resaltar que a la ventaja del tipo de cambio, se le han sumado políticas de promoción turística y culturales: entre ellas cabe destacar el Campeonato Mundial de Tango, realizado en marzo, que atrajo a muchos visitantes cuyo principal motivo de visita fue el de participar en ese evento. Asimismo, para el feriado de Semana Santa, la Ciudad fue promovida como destino vacacional y recreativo, siendo elegida por más de 450.000 visitantes que llegaron para disfrutar del fin de semana largo.

Si bien la moneda local se ha revaluado en forma significativa, Buenos Aires sigue siendo una ciudad con precios muy competitivos en servicios y bienes de escaso grado de transabilidad. Ello explica que las ventas en *shopping centres*, que son privilegiados por los turistas a la hora de realizar compras, hayan tenido un aumento interanual en enero de 24,3% en valores constantes. Si bien es cierto que la comparación se realiza respecto de los bajísimos registros de enero de 2002, debe tenerse en cuenta que este año el turismo emisor porteño creció notablemente, restando mercado a la Ciudad para el consumo en Centros de Compra y otros comercios.

En algunos rubros privilegiados por el consumo turístico, como "Indumentaria, calzado y marroquinería", las ventas de enero en valores constantes se incrementaron respecto de igual período de 2002, en 32%. En esta *performance* probablemente podría estar incidiendo la recuperación del consumo interno, resultado de las mejores expectativas de los estratos acomodados de la población. La mejora en los niveles de ventas ha permitido, no solo reabrir los locales que habían cerrados sus puertas entre los meses de mayo y septiembre, sino incluso superar en 60 la cantidad de locales activos que habían sido registrados a comienzos de 2002.

También continuó creciendo en términos interanuales la tasa de ocupación de locales ubicados en los principales nodos comerciales de la Ciudad (relevados desde marzo de 2002), que pasó de 86,5% a 91,1%. Incluyendo los locales ubicados en los denominados "ejes temáticos", en abril se contabilizaron 5.607 locales ocupados, 34 más que en el mes anterior. En este último mes se destaca el aumento de los locales ocupados emplazados en la Av. *Pueyrredón*, que es al mismo tiempo el eje que mostró mayor dinamismo a lo largo del último año.

La otra cara de la situación comercial en la Ciudad es el desenvolvimiento negativo que continúa mostrando la actividad supermercadista, que en el mes de enero se contrajo 22,2% respecto del mes anterior. En verdad, las ventas en estos establecimientos vienen cayendo desde hace cuatro años, en coincidencia con el inicio de la recesión. Además, y especialmente en el último año, los consumidores han revalorizado los canales de aprovisionamiento tradicionales, debido a la necesidad de fraccionar sus compras y una búsqueda más exhaustiva de ofertas y mejores precios. Una mención especial merecen las Ferias de Abastecimiento Barrial (FIAB) promovidas por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que ofrecen una canasta de artículos de primera necesidad de muy buena calidad, a precios entre 40% y 55% inferiores a los de los supermercados.

De todas maneras, los datos más recientes muestran una nueva desaceleración de la caída de las ventas globales, en particular en el rubro Alimentos y bebidas, que representa una alta y creciente proporción de la facturación total de los supermercados. Vale aquí, asimismo, la misma consideración realizada para los *shoppings centers*, respecto del efecto negativo que habría tenido la fuerte expansión del turismo emisor porteño, cuyo nivel fue notoriamente superior al de un año atrás, dado que muchas familias no tomaron vacaciones o las trasladaron al mes de febrero.

Las ventas de automóviles 0 Km mostraron una notable reducción respecto de los ya paupérrimos registros de un año atrás con apenas 1.400 unidades vendidas. En cambio, la venta de vehículos usados continuó ganando terreno, debido a los costos ostensiblemente menores de patente y seguro. Si bien la reglamentación de adquirir unidades con BODEN supone un estímulo a la demanda, su impacto será reducido ya el monto autorizado sólo permitiría adquirir 1.000 unidades en todo el país, una cifra muy reducida comparada con los más de 8.000 interesados.

En marzo de 2003 la superficie permisada volvió a mostrar un importante alza, multiplicándose por cinco para el nivel general y por más de seis para las viviendas residenciales, siempre con respecto a igual mes del año anterior. Se profundiza así la fuerte tendencia ascendente observada en los tres meses anteriores, aunque debe tenerse en cuenta que la comparación se realiza contra marzo de 2002, el peor mes a su vez, del año más crítico del sector desde 1935. También para este sector el Gobierno ha instrumentado una operatoria para dinamizar la demanda, que permite a particulares y empresas presentar proyectos de construcción a ser financiados con títulos BODEN, por los que el gobierno pagará \$1,40 + CER en efectivo, en cuotas sujetas a los avances de las obras.

En febrero de 2003, el mercado inmobiliario volvió a registrar por sexto mes consecutivo una variación interanual positiva del número de las escrituras anotadas en el Registro de la Propiedad del Inmueble. Las transacciones se ven alentadas por el bajo precio de las propiedades en dólares, a pesar de que en los últimos meses se observa una recuperación producto de la creciente demanda y de la revaluación del peso. De todas maneras, las cifras alcanzadas son sustancialmente más bajas que las de los meses de abril y mayo de 2002, cuando fueron autorizadas adquisiciones con fondos inmovilizados en el sistema financiero.

Las industrias culturales están transitando un camino de recuperación. El mayor crecimiento se observa en la industria de la música, que fue el subsector más afectado durante 2002, ya que en este caso al panorama recesivo se le suma el grave problema de la *piratería*. La industria discográfica observó en marzo un aumento interanual de 80% en el número de copias vendidas, aunque en el primer trimestre estas ventas equivalen sólo a un tercio de las registradas en 1998.

Para el subsector de libros los resultados fueron algo contradictorios: en marzo, se produjo una variación interanual de 35% en la cantidad de títulos lanzados, aunque paralelamente la cantidad de ejemplares editados se redujo 69%, como resultado de una disminución dramática de la tirada media. Esto responde a una estrategia conservadora de las editoriales, donde las tiradas se reducen al mínimo, y en la medida que tienen buena recepción de los lectores, se reeditan.

En el caso del cine, en marzo se produjo una disminución interanual en la cantidad de espectadores, aunque esto obedecería a que durante el año pasado el feriado de Semana Santa cayó en marzo, y a que en ese mismo mes se había estrenado una película muy taquillera. En efecto, de acuerdo a los datos del primer trimestre, el número de asistentes a salas se incrementó 6%. También continuó verificándose una gran cantidad de filmes publicitarios encargados desde el exterior, por lo que los productores y técnicos locales están trabajando a niveles cercanos al 100%.

Si bien la industria manufacturera está recuperando los niveles generales previos a la devaluación, la evolución de sus principales sectores es muy dispar. La más favorecida es la rama Textil, que se benefició con un amplio proceso de sustitución de importaciones y en menor medida las de Productos metálicos, maquinarias y equipos, y Productos químicos excepto medicamentos de uso humano. En cambio, dos de los principales sectores industriales de la Ciudad - Alimentos, bebidas y tabaco y Medicamentos de uso humano – perdieron peso en términos absolutos y relativos. Consecuencia de ello, la estructura industrial de la Ciudad se presenta hoy más diversificada, estimándose que la rama Textil está alcanzando un peso similar a la de Alimentos, bebidas y tabaco.

En cuanto al sector externo, las exportaciones de la Ciudad muestran una caída interanual de más de 16% en los primeros meses del año 2002, que fue incluso algo más elevada en el tercer trimestre. Aunque también cayeron, las manufacturas de origen industrial (MOI) aumentaron su importancia relativa. Dentro de ellas se destacó el incremento de Productos farmacéuticos y químicos, aunque ello no alcanzó para revertir la caída del consumo en este sector. También se destaca el notable crecimiento del rubro Combustible y energía.

El empleo formal porteño mostró en febrero de 2003 un ligero incremento respecto del mes anterior. En tanto, se registró una variación interanual negativa algo inferior al 4%, la más baja desde el fin de la convertibilidad, confirmando la tendencia a la desaceleración de la destrucción de puestos de trabajo. Los datos muestran que los empresarios están manteniendo una actitud conservadora respecto de la contratación de nuevos trabajadores; es cierto que en el momento más agudo de la crisis, los despidos – siempre en el sector formal – fueron relativamente moderados si se tiene en cuenta la caída del PBG de la Ciudad en 2002.

Con relación al panorama fiscal, en el primer trimestre, el aumento en la recaudación impositiva de la Ciudad fue de 44,1%, con subas significativas en los dos conceptos que más incidencia tienen: el Impuesto sobre los Ingresos Brutos (49,5%) y la tasa de Alumbrado, Barrido y Limpieza (30,8%). Luego de la fuerte baja observada en la recaudación durante la primera mitad de 2002, se observa un proceso de recomposición particularmente impulsado por el incremento del ISIB, favorecido por la recuperación de la actividad económica y el incremento de los precios mayoristas y minoristas.

Dentro de las medidas de gestión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, se destaca el Programa *Remedios Porteños*, que permitirá a la población que carece de obra social, comprar un listado de medicamentos (que cubren el 90% de las enfermedades), con un 40% de descuento.

2. ACTIVIDAD ECONÓMICA

2.1. ACTIVIDAD INDUSTRIAL

Según datos provisorios, en el mes de diciembre de 2002 la actividad industrial en la Ciudad de Buenos Aires, medida de acuerdo a la venta de producción propia¹ a precios constantes, registró alzas de 3,9% con respecto al mismo mes de 2001 y de 16,2% con respecto al mes anterior. En tanto, a precios corrientes, se registraron subas de 107,6% en la comparación interanual y de 16,5% con relación a noviembre de 2002.

Por su parte, el ingreso por producción² a valores constantes tuvo un comportamiento similar a la venta de producción propia, al elevarse 3,4% con relación a diciembre de 2001 y 15,5% con respecto a noviembre de 2002. En tanto, si se considera a valores corrientes, este indicador registró incrementos de 106,8% en la comparación interanual y de 15,8% con respecto al mes anterior. A nivel nacional, los datos del Estimador Mensual Industrial (EMI) correspondientes al primer bimestre de 2003, muestran la industria manufacturera continuó creciendo sostenidamente.

Las subas a valores constantes registradas con relación a un año atrás fueron las primeras que se verificaron desde octubre de 2002, momento a partir del cual se hizo posible realizar comparaciones de carácter interanual. De todos modos, cabe destacar que la comparación de diciembre se realiza contra el mes de implementación del *corralito bancario*, período en el cual se sucedieron múltiples feriados bancarios y se produjo una virtual paralización de la economía argentina. Aunque no existe una correlación automática entre la evolución de la industria nacional y la local, la magnitud de la recuperación observada en la primera, permite augurar un comportamiento positivo del sector manufacturero porteño.

En el análisis por ramas se observa que el comportamiento interanual positivo se explica por las alzas observadas en Textiles y confecciones (47,4%), Productos metálicos, maquinarias y equipos (19,5%) y Productos químicos excepto medicamentos de uso humano (11,1%). Los incrementos en estas ramas más que compensaron las bajas observadas en Alimentos, bebidas y tabaco (-12,3%), Medicamentos de uso humano (-11%) y Otras industrias manufactureras (-4,7%)

Los datos presentados muestran que de los tres principales segmentos industriales de la Ciudad, dos de ellos (Alimentos, bebidas y tabaco y Medicamentos de Uso humano) registraron pérdidas de producción, mientras que el tercero (Papel e imprentas) se mantuvo sin variaciones. Estos tres sectores representaban al final de la convertibilidad aproximadamente la mitad del PBG industrial porteño. De acuerdo a la información del Estimador Mensual Industrial (EMI) que elabora el INDEC en base a una muestra representativa de nivel nacional, en el primer bimestre de 2003, Alimentos y bebidas presentó un leve incremento (2,4%), mientras que el rubro Edición e impresión continúa sin salir de la crisis (-13,7%). En este último caso, una de las razones aducidas por fuentes ligadas a la industria gráfica, es la escasez de insumos, debido al crecimiento de las exportaciones de papel para impresos.

La expansión inducida por el proceso de sustitución de importaciones logró revertir la pronunciada caída que el sector Textiles y confecciones observó de manera aguda entre el cuarto trimestre de 2001 y el primero de 2002 en la Ciudad. Consecuentemente, en diciembre pasado la industria textil alcanzó el nivel de producción más alto (junto con octubre de 2002) desde el inicio de la serie del EIM. En el ámbito nacional, a juzgar por los datos del Estimador Mensual Industrial, en los dos primeros meses del corriente año se produjo una variación interanual positiva de 174%. Si bien esto no permite afirmar que en la Ciudad el sector haya tenido un crecimiento de igual magnitud, es razonable suponer que continuó expandiéndose a tasas aceleradas utilizando capacidad ociosa.

De acuerdo con información de los primeros 9 meses de 2002, el sector externo no pudo aprovechar la ventaja dada por el aumento del tipo de cambio. En particular, las manufacturas de origen industrial (MOI), que representan casi el 80% de las exportaciones de la Ciudad, se redujeron 16,1%. Analizando los principales productos que exporta la ciudad, se aprecia que el rubro farmacéutico vendió mercaderías al exterior por un monto de U\$S 43 M, con un incremento de 9,2% respecto de los primeros 9 meses de

¹ Se trata de la venta devengada por el local durante el mes de referencia de los bienes elaborados en el local o mandados a elaborar por terceros, con materia prima propia del local a precio de venta en fábrica. Este dato no incluye IVA, impuestos a los combustibles, ni impuestos internos, pero sí incluye el valor de los subsidios que eventualmente pudieran tener.

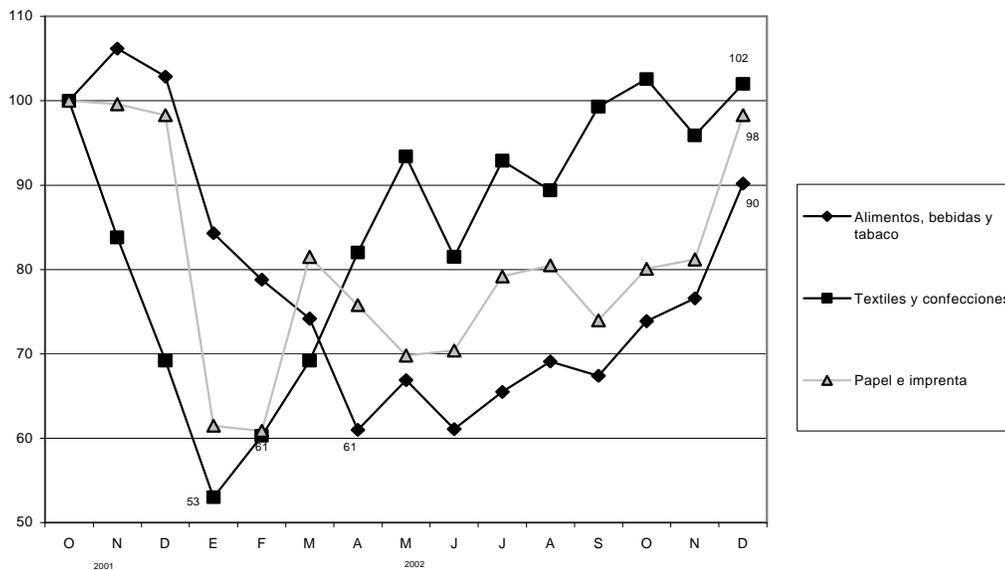
² Incluye la suma de las variables: venta de bienes producidos con materia prima propia, trabajos industriales realizados para terceros y reparaciones de maquinarias y equipos que pertenecen a terceros.

2002. Debido a este aumento, los productos farmacéuticos representan ahora la tercera parte de las exportaciones de la Ciudad. Sin embargo, la mayor penetración de la industria farmacéutica porteña en el exterior, no alcanzó a compensar la fuerte caída del mercado interno. Textil y confecciones, que es la rama que tuvo la mejor *performance* durante 2002, continuó teniendo una presencia exportadora marginal, lo que confirma que la recuperación obedeció en este caso fundamentalmente a un proceso de sustitución de importaciones. Productos químicos orgánicos es el único rubro donde el crecimiento de las exportaciones (10,2%) se cumplió de manera concomitante con un aumento del nivel de producción general. Por último, Productos editoriales de la prensa y demás industrias gráficas, y Preparaciones alimenticias diversas, registraron caídas significativas de las ventas al extranjero (-29,4% y -43,3%, respectivamente), que reforzaron el desempeño negativo que estos segmentos tuvieron durante el año pasado en el mercado externo.

A un año de la salida de la convertibilidad, el marcado contraste entre los segmentos que recuperaron mercados y los que continuaron perdiendo terreno, ha dado como resultado una estructura de la industria porteña bastante más diversificada que la vigente a finales de 2001. En resumidas cuentas, algunos de los sectores más castigados durante la década del noventa, que tuvieron que enfrentar importaciones a precios artificialmente bajos debido al retraso cambiario, son ahora los que aparecen liderando la recuperación. El caso paradigmático es el de la Industria textil, cuyo valor de producción se estaría aproximando al del sector Alimentos y bebidas. En menor medida, el rubro Productos metálicos, maquinaria y equipos también creció en términos absolutos y relativos, aunque aun continúa teniendo un tamaño pequeño en la estructura manufacturera local.

Entre los meses de diciembre de 2002 y 2003, Textil y confecciones fue la rama industrial que mejor pudo aprovechar el proceso de sustitución de importaciones, registrando un crecimiento en valores constantes de 47,7%, mientras Alimentos y bebidas fue uno de los rubros cuya producción más cayó (12,3%). El sector Papel e imprentas, si bien tuvo una baja significativa de producción durante el primer semestre del año, en los últimos meses se ha venido recuperando, alcanzando en diciembre último el mismo nivel que tenía un año atrás.

GRÁFICO 1. INDUSTRIA. EVOLUCIÓN DE LA VENTA DE PRODUCCIÓN PROPIA A PRECIOS CONSTANTES. TOTAL Y RAMAS SELECCIONADAS. BASE OCTUBRE 2001=100. CIUDAD DE BUENOS AIRES. OCTUBRE 2001 – DICIEMBRE 2002



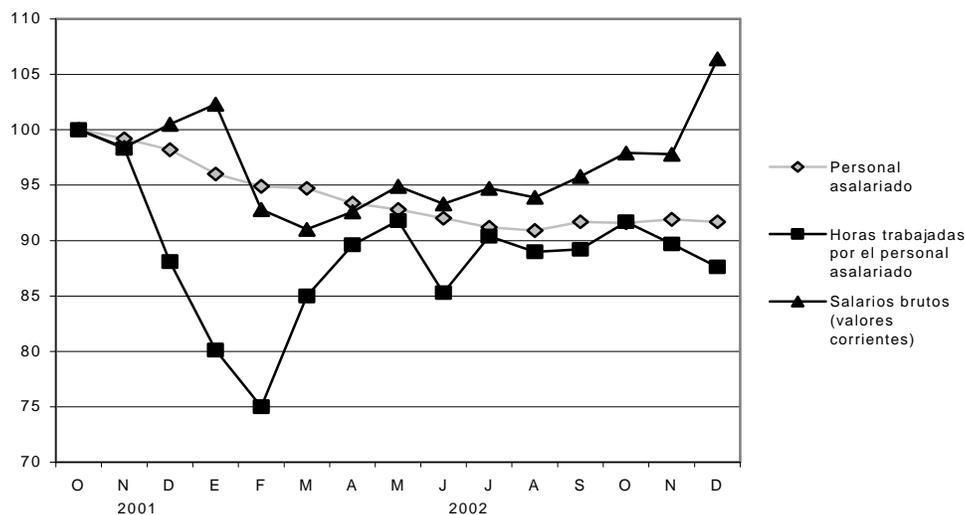
Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de DGEyC

En diciembre de 2002 se registraron bajas en el personal asalariado (-6,6%) y en las horas trabajadas por el personal asalariado (-0,6%) y un alza en los salarios brutos a valores corrientes (5,9%), siempre con respecto a diciembre de 2001. Asimismo, con relación a noviembre de 2002, el personal asalariado se redujo 0,2%, las horas trabajadas disminuyeron 2,3% y los salarios brutos se elevaron 8,8%. Esto muestra que el aumento de la producción no está teniendo, por ahora, un impacto en la creación de empleo, ya que los empresarios estarían siendo prudentes a la hora de incorporar personal, optando por una política conservadora. En ese sentido, tampoco en el momento de mayor caída de la producción se registraron despidos de igual magnitud. La recuperación observada en los últimos meses, junto con la fuerte reducción de los costos laborales, son los factores que habrían permitido cierta elevación de los salarios.

En el caso del personal y de las horas trabajadas, las caídas interanuales extendieron el comportamiento negativo que se había verificado en los dos meses anteriores, mientras que la suba en los salarios contrarrestó la tendencia negativa observada para el mismo período. De esta manera, los salarios a valores corrientes alcanzaron en diciembre su máximo nivel desde el comienzo de la serie. No obstante, cabe destacar que el nivel de precios al consumidor se elevó en una magnitud considerablemente mayor a los salarios nominales en el mismo período, lo que implicó una fuerte disminución del poder de compra de los trabajadores.

En sintonía con la caída de la producción, el número de asalariados industriales en empresas formales y la cantidad de horas que estos trabajan se redujeron, en el último año, 6,6% y 0,6%, respectivamente. Respecto del mes inmediato anterior, el número de asalariados se mantuvo prácticamente constante (-0.2), mientras que las horas trabajadas tuvieron una ligera baja (-2.3%). Los salarios brutos en valores corrientes se ubican un escalón arriba con relación a un año atrás (5,9%), aunque debido al fuerte alza de los precios minoristas, el poder de compra de los asalariados industriales disminuyó notoriamente.

GRÁFICO 2. INDUSTRIA. EVOLUCIÓN DEL PERSONAL ASALARIADO, HORAS TRABAJADAS POR EL PERSONAL ASALARIADO Y SALARIOS BRUTOS (A VALORES CORRIENTES). BASE OCTUBRE 2001=100. CIUDAD DE BUENOS AIRES. OCTUBRE 2001 – DICIEMBRE 2002.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de DGEyC

2.2. COMERCIO

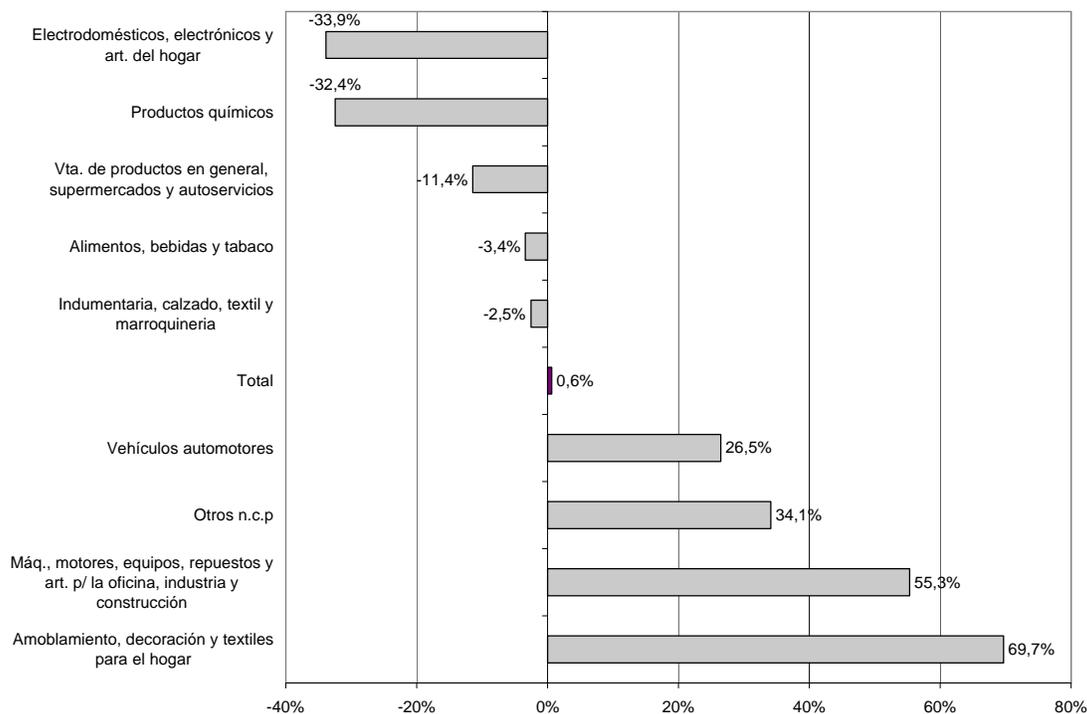
2.2.1. RECAUDACIÓN IMPUESTO SOBRE LOS INGRESOS BRUTOS

La evolución del nivel de actividad del comercio minorista formal de la Ciudad de Buenos Aires puede inferirse a partir de la recaudación impositiva del impuesto sobre los ingresos brutos que grava la misma. En este sentido, el total recaudado en el primer bimestre alcanzó los \$28,7 millones, lo que representa un incremento del 64,1% en valores corrientes, aunque en valores constantes arroja un volumen de actividad sólo levemente superior al bajo nivel observado en el primer bimestre de 2002 (0,6%)³.

La apertura por rama de actividad permite observar un comportamiento dispar. Algunas de ellas, como electrodomésticos, electrónicos y artículos para el hogar (-33,9%) y productos químicos (-32,4%), tuvieron fuertes contracciones, coincidiendo éstas con importantes incrementos de los precios de sus productos. Otros rubros de menor elasticidad, tales como alimentos y vestimenta, observaron caídas más moderadas, sobre todo si se tiene en cuenta que la modificación de la ley tarifaria introdujo reducciones en las alícuotas que gravan los establecimientos de venta alimenticia y de productos en general⁴.

En el primer bimestre del año la recaudación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos a la actividad comercial arrojó un leve incremento interanual (0,6%), con comportamientos a nivel de ramas muy dispar. Electrodomésticos, Electrónicos y artículos del hogar y Productos químicos fueron los que registraron el mayor retroceso, mientras Amoblamiento, decoración y otros, y Maquinarias, motores, equipos, repuestos, etc., mostraron incrementos significativos.

GRÁFICO 3. VARIACIÓN INTERANUAL DE LA RECAUDACIÓN DEL ISIB DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL POR RUBROS, EN VALORES CONSTANTES. CIUDAD DE BUENOS AIRES. PRIMER BIMESTRE 2003 / PRIMER BIMESTRE 2002



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de la DGlyAF, GCBA.

³ La recaudación por rubro fue deflactada utilizando índices minoristas específicos para cada rubro, con excepción de productos químicos en el que se utilizó el índice mayorista respectivo.

⁴ Estas modificaciones fueron las siguientes: los supermercados e hipermercados, que antes tributaban el 3,7%, ahora lo hacen con el 3%; la venta minorista de carne, leche, pescado, aves, huevos, frutas y verduras frescas, queso, pan, factura, fideos, golosinas, artículos comestibles de venta habitual en los almacenes, realizadas por contribuyentes con ingresos brutos anuales superiores a \$144.000, que antes tributaba el 3%, ahora está alcanzada por una alícuota del 2%; el resto de la venta minorista de artículos comestibles y de venta

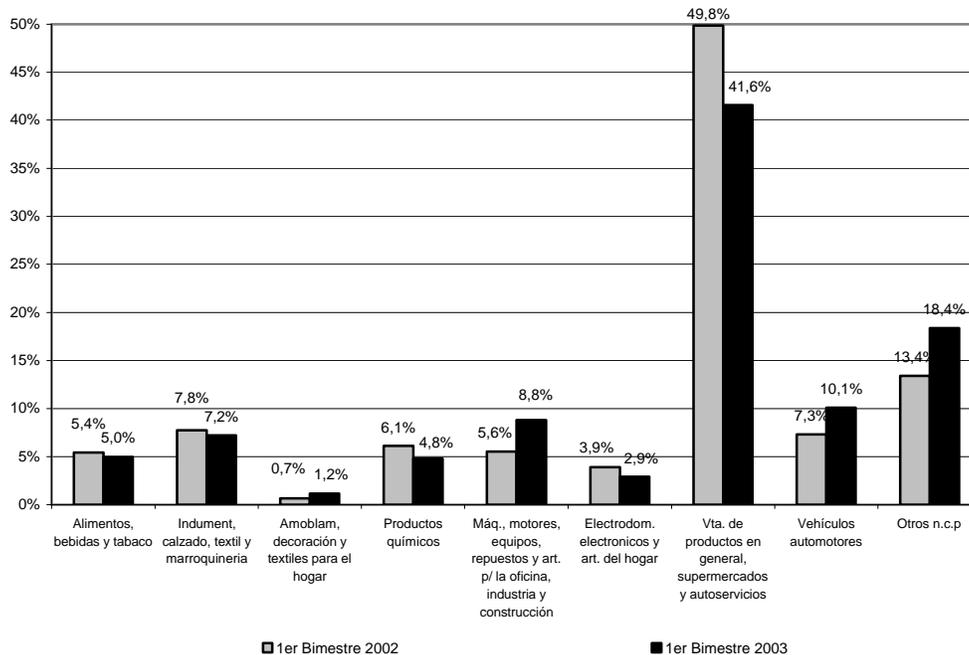
Estas variaciones reflejan el escaso dinamismo del consumo en consonancia con la pérdida del poder adquisitivo de la población. En tal sentido, si bien algunos rubros industriales, como textiles y confección, comienzan a vislumbrar una reactivación de la actividad generada por la sustitución de importaciones, las ventas agregadas, en términos físicos, aún muestran una débil evolución. Los rubros comerciales vinculados a la industria, las oficinas y la construcción, en cambio, reflejan el impacto de la mayor actividad industrial y recogen en sus variaciones el bajo nivel de las ventas de igual período del año anterior.

Finalmente, un último grupo de rubros, conformado básicamente por bienes durables, observó importantes incrementos respecto al primer bimestre del año pasado, que van del 26,5% al 69,7%. Cabe señalar, sin embargo, que este crecimiento debe interpretarse en función de los bajísimos niveles registrados por estos rubros a comienzos del año 2002, puesto que, pese a estas variaciones positivas, ninguno de ellos alcanza el volumen recaudado en igual período del año 2001.

La participación de los distintos rubros en el total recaudado por el comercio minorista de la Ciudad de Buenos Aires puede observarse en el siguiente gráfico. En él se advierte el impacto de las variaciones previamente citadas, entre las que se destaca la fuerte caída del peso relativo de la recaudación de los supermercados y autoservicios, producto de la reducción tarifaria y la caída de las ventas de este segmento.

Las variaciones negativas en la recaudación a valores constantes de algunos rubros del ISIB, expresan el escaso dinamismo del consumo interno y la pérdida de poder adquisitivo de la población. En ese sentido, se destaca la fuerte caída del aporte relativo de los supermercados y autoservicios, producto de la caída de las ventas y la reducción tarifaria que benefició al sector.

GRÁFICO 4. COMPOSICIÓN PORCENTUAL DE LA RECAUDACIÓN DEL ISIB DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL POR RUBRO. CIUDAD DE BUENOS AIRES. 1ER BIMESTRE 2002 – 1ER BIMESTRE 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de la DGLyAF, GCBA

habitual en almacenes, realizada por contribuyentes con ingresos brutos anuales de hasta \$144.000, continúa con la misma alícuota del año anterior (1,5%).

2.2.2. SUPERMERCADOS

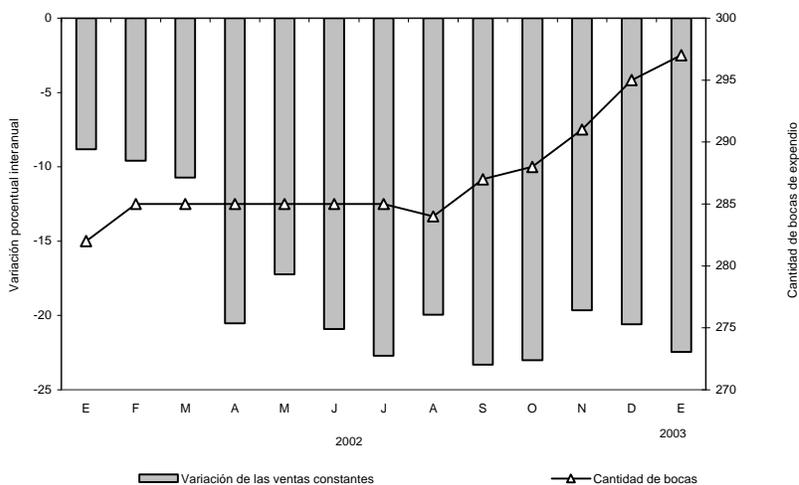
El volumen de ventas de las principales cadenas de supermercados relevadas por el INDEC en el mes de enero en la Ciudad de Buenos Aires, alcanzó los \$247,8 millones. Este total representa una contracción de las ventas a valores constantes de 22,5% con relación a igual período del año anterior, pese al incremento del 20,8% de la facturación. De este modo, se evidencia una continuidad de la tendencia contractiva que caracteriza a la serie desde hace cuatro años, producto de la caída del consumo, los cambios producidos en los hábitos de consumo y de los canales de aprovisionamiento de la población.

En particular, la variación negativa de las ventas de este mes denota una intensificación de la contracción, siendo ésta la mayor caída de los últimos tres meses. Este incremento podría deberse a la mayor cantidad de residentes de esta Ciudad ausentes por motivos vacacionales durante enero de este año respecto a lo sucedido en igual período del 2002, cuando la traumática situación política e institucional repercutió negativamente en el turismo emisor. A ello también se suma que, las expectativas inflacionarias y las restricciones para el uso del dinero atrapado en el *corralito bancario* vigentes en los primeros meses de 2002, habrían alentado a la población a realizar sus compras en supermercados mediante la utilización de tarjetas de débito y crédito⁵, en detrimento de los canales comerciales tradicionales.

La contracara de este proceso, signado por la depresión del mercado interno, está dado por las nuevas oportunidades que ofrece el actual esquema cambiario, que le permite a las principales cadenas de supermercados transnacionales radicadas en el país (*Carrefour, Disco Ahold y Wal-Mart*) exportar, en particular alimentos. Según fuentes periodísticas, estas cadenas extranjeras se habrían aliado con fabricantes locales para vender a sus filiales, fundamentalmente las latinoamericanas, aceite, fruta, carne y vinos. En este sentido, los despachos anuales, durante 2002, alcanzaron los U\$S 6 millones y se estima que podrían llegar a U\$S 18 millones en 2003⁶. Cabe señalar que, si bien el impacto de estas ventas es aún limitado, de modo tal que su inclusión no revierte el saldo negativo respecto a igual período del año anterior, refleja una nueva diversificación de la actividad supermercadista, que puede ayudar a mantener sus márgenes de rentabilidad en un contexto de fuerte depresión del mercado interno.

En enero, pese al aumento del 20,8% de la facturación, en valores constantes las ventas de los supermercados se retrajeron 22,5%. Así y todo, el proceso de expansión de bocas de expendio continuó con la apertura de 15 nuevas sucursales, lo que equivale a un aumento en el último año de 5,3%.

GRÁFICO 5. SUPERMERCADOS. EVOLUCIÓN DE LA VARIACIÓN INTERANUAL MENSUAL DE LAS VENTAS EN VALORES CONSTANTES Y DE LA CANTIDAD DE BOCAS DE EXPENDIO. CIUDAD DE BUENOS AIRES



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, en base a datos de la Encuesta de Supermercados del INDEC

⁵ En aquel momento, la mayoría de los pequeños almacenes no aceptaba dinero plástico, lo que habría trasladado parte de las ventas hacia los comercios que sí lo hacían.

En este sentido, tal como se señaló en ediciones anteriores, la caída de las ventas de los supermercados reconoce como causa principal la licuación de ingresos provocada por la inflación de precios minoristas y el estancamiento de los ingresos laborales y previsionales. Sin embargo, otros factores habrían contribuido a la caída de las ventas. En efecto, los supermercados habrían resignado un segmento del mercado a manos de los canales de aprovisionamiento tradicionales u otros tipos de comercios de proximidad. Estos últimos se han beneficiado con la mayor fragmentación de las compras hogareñas, que desincentiva la concurrencia a los grandes establecimientos comerciales. A ello se le suma que los pequeños negocios están trabajando con márgenes de ganancia que les permiten competir razonablemente *vía precio*, con los supermercados. Como se menciona más abajo, en las Ferias Itinerantes de Abastecimiento Barrial (FIAB) los productos frescos tienen precios hasta un 55% más bajos que los de los supermercados.

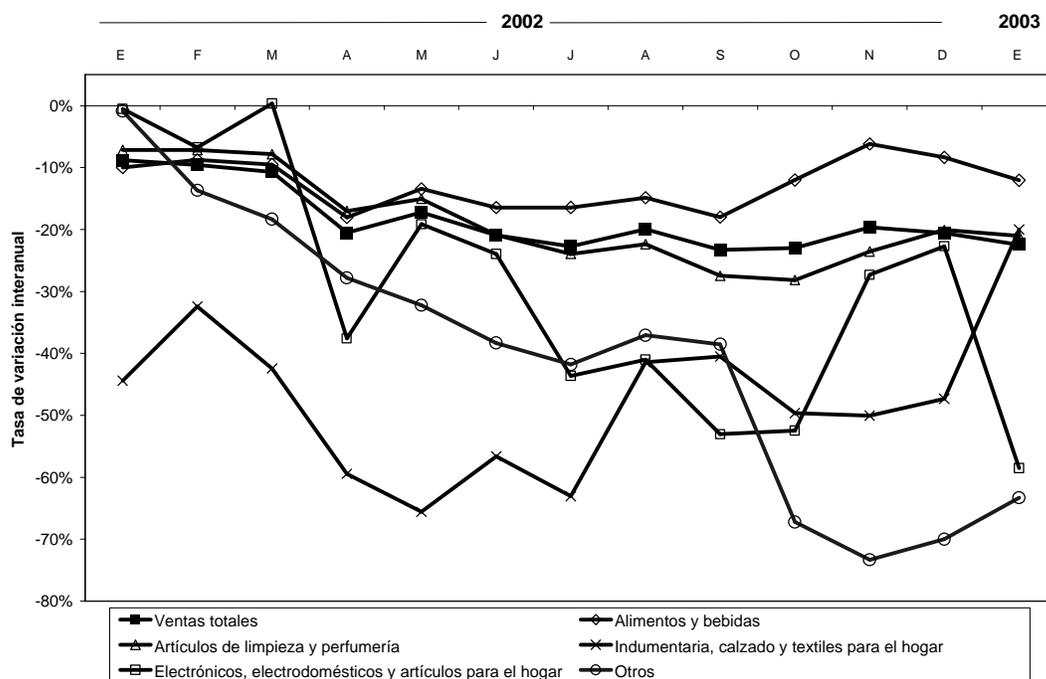
En este contexto, el cambio de tendencia verificado en el ritmo de apertura de nuevas bocas de expendio, a partir del mes de septiembre de 2002, podría estar reflejando la reacción de las principales cadenas frente a esta pérdida de participación en el mercado. Según el último comunicado de prensa del INDEC, desde agosto a la fecha el número de sucursales activas se habría incrementado un 4,6%, lo que significa la incorporación de 13 locales. En relación con enero de 2002, la variación alcanzó el 5,3%, con lo cual la evolución de los últimos 12 meses da cuenta de la incorporación de 15 sucursales.

Este incremento de locales tiene su correlato en la superficie total de ventas dedicada a la actividad supermercadista, aunque en este caso el aumento fue menor. En efecto, en el último año se incorporaron 8.327 m², lo que representa una variación del 2,5%. De este modo, el tamaño promedio de los locales nuevos alcanza los 555 m², lo que refleja la intensificación de la tendencia a la apertura de minimercados y *hard-discounts*, que buscan capturar parte de las ventas resignadas por las grandes superficies. En este sentido, se destacan las recientes aperturas realizadas por las cadenas *Leader-Price* (del Grupo Casino) y *Best* (Minimercado de la firma patagónica *La Anónima*) en esta Ciudad. Con ello, el número de bocas a Enero de 2003 totalizaba 297, abarcando una superficie de 341.545 m².

Las ventas en valores constantes por rubro permiten observar mayores caídas en los rubros con mayor elasticidad precio. Así, mientras los rubros Electrónicos, electrodomésticos y artículos para el hogar y Otros sufrieron contracciones cercanas al 60%, en Artículos de limpieza y perfumería e Indumentaria, calzado y textiles para el hogar las caídas fueron del orden del 20% interanual. Por su parte, Alimentos y bebidas, el segmento con mayor participación en la facturación total, mostró una caída significativamente inferior a la general (-12,1%), lo que favoreció la mayor concentración de las ventas en torno de este rubro.

6 Estas cifras no se reflejan en las ventas al mercado interno recogidas por la encuesta de supermercados del INDEC que solo registran las ventas efectuadas en los establecimientos.

GRÁFICO 6. SUPERMERCADOS. VARIACIÓN INTERANUAL DE LAS VENTAS EN VALORES CONSTANTES POR RUBRO. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 2002 – 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, en base a datos de la Encuesta de Supermercados del INDEC.

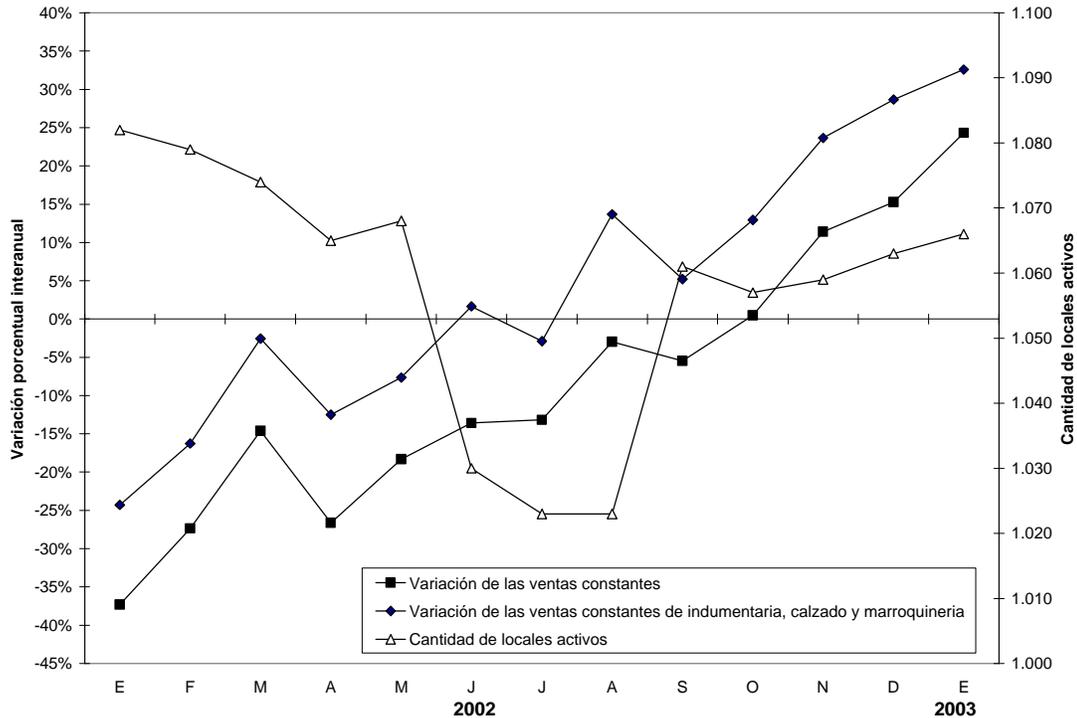
2.2.3. CENTROS DE COMPRA

Los Centros de Compra ubicados en el ámbito de la Ciudad registraron, en el mes de enero de 2002, un nivel de ventas de \$65,3 millones. Este volumen representa un incremento en valores constantes de 24,3% respecto de igual período del año anterior, lo que consolida la tendencia creciente que venía registrando la serie desde el pasado mes de octubre. Tal como se señaló en informes anteriores, este comportamiento se explica por el efecto positivo del turismo internacional y el particularmente bajo nivel de las ventas registrado en igual período del año anterior (un 37% por debajo de las de enero de 2001). En efecto, si se comparan las ventas a valores constantes del pasado mes de enero contra el promedio de los últimos años, excluyendo 2002, se observa que se encuentran un 19,5% por debajo del nivel alcanzado en los dos últimos años.

Con relación al peso del turismo externo, son tres los elementos a resaltar: primero, el crecimiento en la cantidad de extranjeros que arribaron a la Ciudad en los últimos meses, lo que permitió que en el mes de diciembre se alcanzara el registro más alto del año (600.000 visitantes); segundo, el aumento del gasto promedio en pesos que se registra a partir del segundo semestre de 2002; y, tercero, el efecto que ese gasto tiene por efecto de la devaluación: así, mientras el índice de precios implícito de *shoppings centers* aumentó el 46,3% entre enero de este año y enero de 2002, la cotización del dólar se incrementó en el mismo período dos veces y media. Más turistas, y un poder de compra más alto de las divisas, explican el repunte de la actividad de los centros de compra. Más adelante se detallan los componentes que determinaron el fuerte y creciente impacto del turismo externo en la economía local, que ha tenido en los centros de compra a uno de los principales receptores. Cabe destacar, sin embargo, que la baja de la cotización de la divisa norteamericana estaría menguando este impacto, por efecto del encarecimiento en dólares de los productos locales. Este hecho afectó particularmente a los visitantes latinoamericanos, que muestran una alta propensión a consumir artículos de manufactura local.

El incremento de las ventas que los Centros de Compras observan desde hace varios meses, continúa incidiendo positivamente en la cantidad de locales activos, que ha experimentado un repunte marcado desde el pasado mes de septiembre.

GRÁFICO 7. CENTROS DE COMPRAS. VARIACIÓN INTERANUAL DE LAS VENTAS TOTALES Y DE INDUMENTARIA, CALZADO Y MARROQUINERÍA EN VALORES CONSTANTES Y EVOLUCIÓN MENSUAL DEL NÚMERO DE LOCALES ACTIVOS. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 2002 – 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, en base a datos de la Encuesta de Centros de Compras del INDEC.

Las ventas en valores corrientes superaron en un 81,8% a las de enero de 2002, lo que arroja un valor de \$460,6 y \$48.103 por m² y por local, respectivamente. Esta expansión de las ventas en valores corrientes permitió alcanzar, en todos los rubros, una variación interanual positiva de las ventas por local, que, en algunos casos, superó el 100%. No obstante, si se considera el promedio de las ventas de enero de los últimos años sólo los rubros Indumentaria, calzado y marroquinería, Librería y papelería, y Perfumería y farmacia muestran una mejora de sus ventas corrientes, que se ubica en el 55,2%, 52,8% y 9% respectivamente. De este modo, descontando el efecto inflacionario, se podría concluir que las dos primeras estarían hoy recuperando, gracias al impacto del turismo extranjero, sus niveles históricos promedio.

Estas cifras podrían estar explicando el incremento del número de locales activos, que se mantiene en forma sostenida desde el mes de septiembre. En efecto, puede verificarse que este incremento se concentra mayoritariamente en el rubro de Indumentaria, calzado y marroquinería, que incorporó en este período, más de 25 locales, alcanzando actualmente los 551. Cabe señalar que el número actual de locales activos (1.066) se ubica levemente por encima del promedio de los últimos dos años, tras haber llegado, en Agosto de 2002, al nivel más bajo registrado desde la apertura del Shopping Abasto (1.023 locales activos). Por su parte, la evolución del área bruta locativa tuvo un comportamiento más moderado, alcanzando, en enero del corriente año, un total de 141.825 m², lo que significa un incremento de 2.190 m² respecto del registro más bajo de 2002. No obstante, la variación interanual de este indicador resulta negativa (-2,7%) y refleja una contracción de la superficie locativa cercana a los 4.000 m², lo que denota que la recuperación es aún tenue.

2.2.4. TASA DE OCUPACIÓN COMERCIAL

A partir del mes de febrero, el presente informe suma 20 áreas comerciales, 10 de ellas en arterias con locales que se especializan en ciertos rubros, a los que se denomina "ejes temáticos", totalizando 31 ejes comerciales. Los 11 ejes restantes se vienen relevando desde marzo de 2002.

En el relevamiento efectuado en el mes de abril se contabilizaron 6.178 locales. La tasa de ocupación general observada fue de 90,8%, ascendiendo ligeramente respecto de la registrada en marzo (90,2%). En particular, la tasa de ocupación de las áreas comerciales temáticas ascendió del 89,7%, en marzo, al 90,4% en el mes de abril.

Lo propio sucedió con la tasa de ocupación de los ejes relevados desde marzo de 2002, que en el último mes trepó al 91,1%, creciendo un 0,6% la cantidad de locales abiertos con respecto al mes anterior (marzo 2003). Así, luego de dos meses con tendencia negativa, la tasa de ocupación volvió a crecer levemente. Esta tasa había llegado a su punto mínimo en abril de 2002, cuando alcanzó el 86,5%.

De este modo, en los 11 ejes relevados desde marzo de 2002 se pudo apreciar un descenso interanual de 34,1% de la tasa de vacancia, pasando esta de 13,5% en abril del 2002 a 8,9% en abril del corriente año. En lo que respecta a la tasa de ocupación, el crecimiento fue de 5,3%, pasando del 86,5% al 91,1% en el mismo lapso temporal.

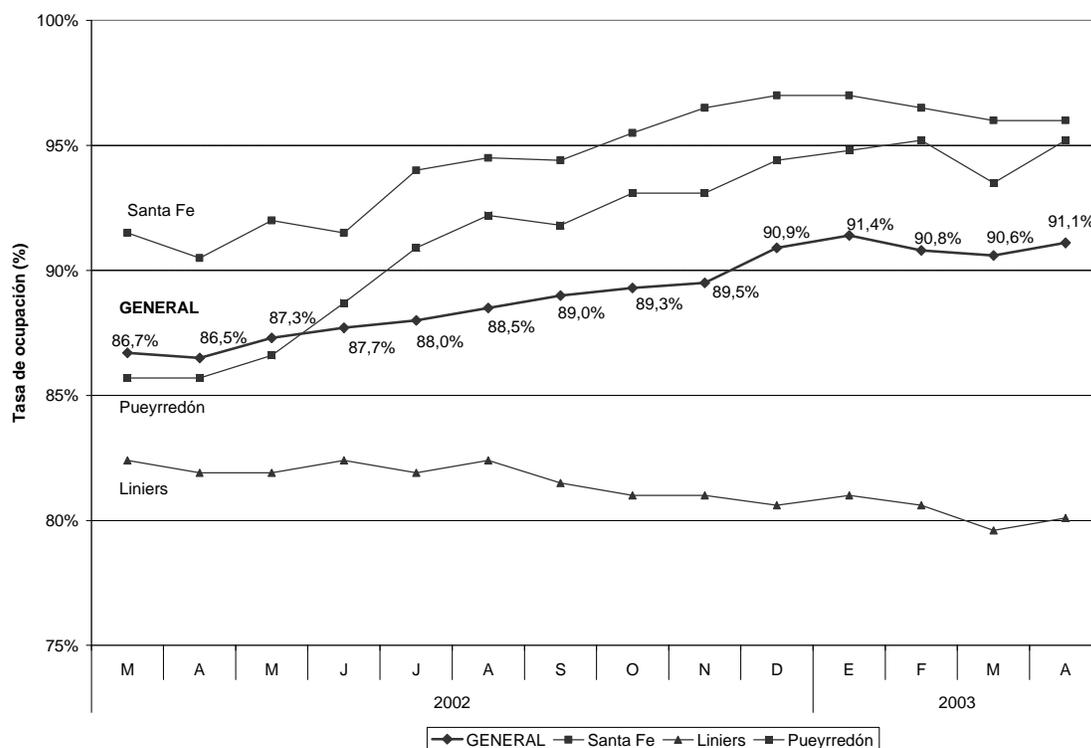
En 10 de los 11 ejes originalmente relevados la tasa de ocupación ascendió notablemente. El mayor ascenso interanual se observó en la Av. Pueyrredón, cuya tasa pasó del 85,7% al 95,2%, registrando un aumento del 11,1%. En la calle Florida el aumento fue del 10% y en el eje de la Av. Corrientes de 8,5%, mientras que en el eje de Flores la tasa varió positivamente 7,1%. La única disminución de la tasa de ocupación se registró en Liniers, donde cayó un 2,2% respecto del mismo mes de 2002.

Por otra parte, de los 1.807 locales relevados en las "áreas temáticas", 173 se encontraban cerrados en abril. Asimismo, se identificó cuántos de estos locales eran efectivamente temáticos, detectándose que el 69,4% respondía a estas características.

Al analizar las distintas tasas de ocupación por zonas en la Ciudad de Buenos Aires, se puede constatar que la mayor proporción de locales vacíos corresponde al sur de la Ciudad, en donde el 11,2% de los negocios permanece cerrado. En la zona oeste la tasa de ocupación también está por debajo de la media y alcanza al 90% de los locales, mientras en el norte asciende al 95,2%, lo que indica que aquí sólo el 4,8% de los locales permanece cerrado.

En abril de 2003, la tasa de ocupación de locales comerciales de la Ciudad de Buenos Aires mostró una variación interanual positiva de 5,3%. Dentro de una tendencia ascendente casi generalizada, el porcentaje de comercios ocupados del nodo Santa Fe aumentó en el último año de 91,5% a 96%. En tanto, Pueyrredón fue el nodo que mostró la evolución más dinámica, con un aumento interanual de la tasa de ocupación de 11,1%. Liniers fue el único eje comercial que evolucionó negativamente, registrando una caída interanual de 2,2%.

GRÁFICO 8. OCUPACIÓN COMERCIAL. EVOLUCIÓN DE LA TASA DE OCUPACIÓN DE LOCALES COMERCIALES. TOTAL NODOS, SANTA FE, PUEYRREDÓN Y LINIERS. ABRIL 2002 - ABRIL 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio

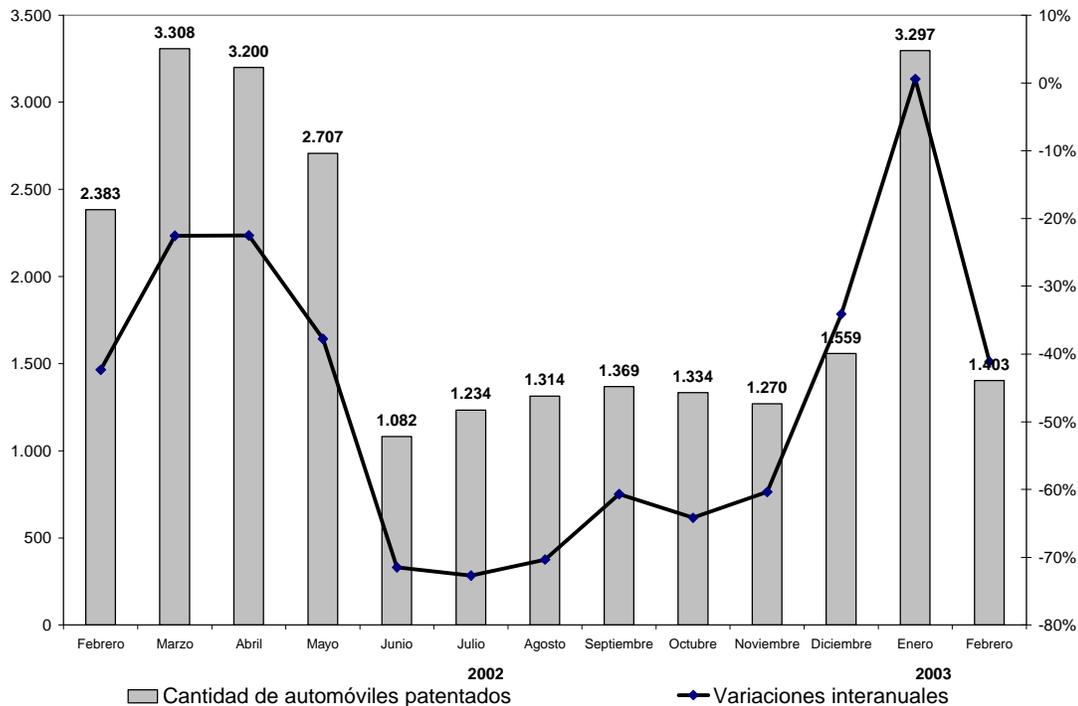
2.2.5. VENTA DE AUTOMÓVILES

En el mes de febrero de 2003, el patentamiento de vehículos 0 Km. en la Ciudad de Buenos Aires observó uno de los niveles más bajos de ventas mensuales al contraerse el 41,1% respecto a igual período del año anterior. De este modo, el volumen comercializado alcanzó apenas las 1.403 unidades, representando menos de un cuarto del promedio registrado entre 1997 y 2001. En este contexto, la posibilidad de utilizar títulos BODEN para la adquisición de unidades 0 Km. puede ser un aliciente importante para dinamizar las ventas, tal como ocurrió entre marzo y abril de 2002, aunque el monto autorizado por el Ministerio de economía, en esta oportunidad, es bastante menor⁷.

Luego del repunte observado en el pasado mes de enero, se observa que las ventas de automóviles 0 km. en la Ciudad de Buenos Aires continúan en valores extremadamente bajos, incluso inferiores a las registrada en febrero de 2002.

⁷ No obstante, los fondos autorizados para comprar autos 0 km. a través de este mecanismo, solo alcanzarían para promover la adquisición de 1.000 unidades; una cantidad muy reducida si se la contrasta con las más de 8.000 solicitudes de interesados estimadas en todo el país.

GRÁFICO 9. EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD Y DE LA VARIACIÓN INTERANUAL DE AUTOMÓVILES PATENTADOS. CIUDAD DE BUENOS AIRES. ENERO 2002 – ENERO 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de A.C.A.R.A. y el Registro Nacional de la Propiedad Automotor

Cabe destacar que el total de ventas para todo el país, registró una caída del 27% en igual período, razón por la cual la participación de la Ciudad pasó del 27,5% al 22,1%. Asimismo, la variación interanual en el principal distrito en ventas, la provincia de Buenos Aires, registró una caída del 38%.

El fuerte incremento del precio de las unidades nuevas, así como de otros costos asociados (seguro y, desde enero, patente) estarían motivando el crecimiento de la compra-venta de automóviles usados. Así al menos lo atestiguan los últimos datos disponibles, a octubre de 2002 para la Ciudad de Buenos Aires y a marzo de 2003 para todo el país⁸.

La renovada demanda por automóviles usados redujo la brecha de precios con respecto a las unidades a estrenar, en parte por el incremento del valor de los usados, aunque también por la baja del valor de los nuevos. Este hecho se observa, en particular, en algunos de los modelos más económicos promocionados por las principales automotrices en los últimos meses, que precisamente buscan captar una parte de los compradores que actualmente se inclinan por los usados. En la medida que tal proceso se profundice, es esperable que muchos potenciales compradores comiencen a reconsiderar la opción de adquirir unidades a estrenar.

⁸ En este sentido, la apertura de una nueva sucursal de *Car One* en la Ciudad de Buenos Aires podría interpretarse como un reflejo de este incremento de la demanda de vehículos usados.

2.2.6. PRECIOS

A partir de este mes se incorpora en esta sección la evolución del Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires, elaborado por el INDEC, a instancias de la Dirección de Estadística y Censos del Gobierno de la Ciudad. Este índice busca reflejar la evolución de los precios específicos de esta jurisdicción, en función de la estructura de gasto de los hogares residentes en la misma, lo que lo diferencia del IPC para el Gran Buenos Aires, que contempla la situación del área metropolitana (Ciudad de Buenos Aires y 24 partidos del Conurbano bonaerense).

En este sentido y tal como se observa en el siguiente cuadro, el Nivel General del IPC de la Ciudad de Buenos Aires registró una variación de 0,4% en marzo con relación a febrero. Si se mide respecto de diciembre de 2001, la variación fue de 40,3%. Cabe señalar que esta variación es levemente inferior a la verificada para toda el área metropolitana (0,6%), en línea con la tendencia que venía observándose desde la salida de la convertibilidad, en diciembre de 2001. En particular, los capítulos con mayores diferencias fueron los de Equipamiento y mantenimiento del hogar, Alimentos y bebidas, Atención médica y gastos para la salud, y Otros bienes y servicios.

CUADRO 1. ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR GBA Y DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, BASE 1999=100. ÍNDICE Y VARIACIONES RESPECTO DEL MES ANTERIOR Y DE DICIEMBRE DE 2001, SEGÚN CAPÍTULO.

Nivel General y Capítulos	Índice Marzo 2003		Variaciones respecto del mes anterior		Variaciones respecto de dic. 2001	
	GBA	Ciudad Bs. As.	GBA	Ciudad Bs. As.	GBA	Ciudad Bs. As.
Nivel general	140,9	137,07	0,6	0,4	44,5	40,3
Alimentos y bebidas	157,16	154,52	1,2	1,2	64,3	60,2
Indumentaria	149,55	149,00	5,5	5,9	62,5	62,8
Vivienda y servicios básicos	113,15	113,54	0,6	0,3	15,9	15,9
Equipamiento y mantenimiento del hogar	149,31	139,02	0,1	0,1	56,2	44,8
Atención médica y gastos para la salud	134,69	132,64	0,6	0,8	31,4	28,5
Transporte y comunicaciones	133,30	132,96	-0,3	-0,3	32,9	34,2
Esparcimiento	148,96	147,34	-2,3	-3,0	56,0	55,3
Educación	104,87	103,59	0,9	1,0	7,3	6,1
Otros bienes y servicios	146,51	142,11	0,0	0,0	41,7	38,9

Fuente: INDEC

A su vez, si se considera la evolución de los precios de los bienes, que en la canasta del IPC de la Ciudad de Buenos Aires representan un 45%, se observa que tuvieron una variación de 1%, mientras que los servicios, que representan el 55% restante, mostraron una variación de -0,3% respecto de febrero de este mismo año. Con relación a diciembre de 2001, estas variaciones fueron de 72,5% para los bienes y de 15,4% para los servicios.

CUADRO 2. ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR GBA Y DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, BASE 1999=100. ÍNDICE Y VARIACIONES RESPECTO DEL MES ANTERIOR Y DE DICIEMBRE DE 2001, SEGÚN BIENES Y SERVICIOS.

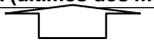
Nivel General y Capítulos	Índice Marzo 2003		Variaciones respecto del mes anterior		Variaciones respecto de dic. 2001	
	GBA	Ciudad Bs. As.	GBA	Ciudad Bs. As.	GBA	Ciudad Bs. As.
Nivel general	140,99	137,07	0,6	0,4	44,5	40,3
Bienes	164,79	163,82	1,0	1,0	73,1	72,5
Servicios	113,96	115,29	-0,1	-0,3	13,6	15,4

Fuente: INDEC

Por otro lado, la Dirección de Industria y Comercio del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires realiza el seguimiento de los precios minoristas de una canasta de productos alimenticios ofrecidos en distintos canales de comercialización: súper e hipermercados, *hard discounts*, autoservicios y Ferias Itinerantes de Abastecimiento Barrial (FIAB). El mismo tiene el propósito de que los consumidores de la Ciudad dispongan de información que les permita hacer un gasto más eficiente en la compra de alimentos, y que los comerciantes de cada rubro dispongan de información que les permita conocer cómo se desenvuelven sus competidores con relación a la fijación de precios al consumidor.

Las variaciones más importantes del mes de marzo se produjeron en los precios del rubro frutas, verduras y hortalizas, los que sufren fuerte influencia de los factores climáticos, estacionales y de ciclo de cosechas. En los restantes rubros relevados en súper e hipermercados de la Ciudad, las modificaciones son, en general, menores, tal como se aprecia en el siguiente cuadro en el que se resumen los principales cambios del mes.

CUADRO 3. VARIACIONES DE LOS PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS RELEVADOS EN SÚPER E HIPERMERCADOS. CIUDAD DE BUENOS AIRES. MARZO 2003 / FEBRERO 2003.

Rubro	Producto	Aumento	Baja	Tendencia (últimos dos meses)
FRUTAS Y VERDURAS	ACELGA	29,8%		
	Lechuga Criolla	23,7%		
	Cebolla	23,6%		
	Naranja	14,1%		
	Manzana		13,8%	
CARNES	Batata		8,1%	
	Carnaza común	7,2%		
	Picada común	5,2%		
ALIMENTOS NO PERECEDEROS	Tomate en lata	5,6%		
	Dulce de batata		5,6%	
	Mermelada		5,6%	
BEBIDAS	Cerveza	5,4%		
LÁCTEOS	Leche	4,6%		
	Manteca	4,1%		
	Queso Pategras	4,1%		
	Queso Port Salut	4,1%		
LIMPIEZA, PERFUMERÍA, TOCADOR E HIGIENE	Papel higiénico		15,8%	
ALIMENTOS SECOS	Galletitas dulces		4,6%	

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de la Dirección de Industria y Comercio, GCBA

Vale señalar que en el caso de las carnes, continua el traslado moderado pero permanente hacia el consumidor de las alzas en el precio del ganado en pie en el Mercado de Liniers, mientras que en el rubro lácteo se mantiene aún la tendencia al alza de precios, tanto por la caída de la producción lechera como por el aumento de los volúmenes de productos destinados a exportación. En tanto, la demanda interna de sub-productos de la leche continúa en caída pronunciada.

Por otro lado, dada la diversidad de opciones existente para un mismo producto, resulta interesante observar lo sucedido con la evolución de la canasta de productos de precios más bajos, a los efectos de aproximarse al impacto que tiene el incremento de precios sobre los hogares menos pudientes. Cabe señalar que, en este caso, los precios comparados no corresponden a productos de igual marca y, en consecuencia, se hace caso omiso de las características del *packaging* y otras que no son intrínsecas del bien en cuestión.

A continuación se detallan los principales cambios acaecidos entre febrero y marzo del corriente año:

Frutas, verduras y hortalizas: sus precios evolucionan en forma dispar, siendo las hortalizas las que incrementan en general su precio. Por su parte, las verduras de hoja comienzan a experimentar una baja, debido a la relativa estabilidad del clima en las últimas semanas, por lo que los cultivos permiten un mayor volumen de entradas al mercado.

Lácteos: durante el mes de marzo, los quesos continuaron su escalada de precios, a pesar de la pronunciada baja en la demanda. En la medida que el otoño continúe mostrando temperaturas templadas, el nivel de producción se vería menos afectado por la estacionalidad, lo que podría derivar en una moderación en el alza e incluso en una reducción de precios.

Otros productos: la polenta sigue en pronunciada baja, debido a que siendo un producto de alta estacionalidad en invierno, las moderadas temperaturas del presente otoño no favorecen su consumo.

CUADRO 4. PRINCIPALES VARIACIONES DE LOS PRECIOS DE UNA CANASTA DE PRODUCTOS DE PRECIO MÁS BAJO RELEVADA EN DISTINTOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN MINORISTA. CIUDAD DE BUENOS AIRES. MARZO 2003 / FEBRERO 2003.

Producto y cadena de distribución	Variación respecto febrero	% de	Producto y cadena de distribución	Variación respecto febrero	% de
CEBOLLA			TOMATE PERITA		
Súper e hipermercados	23,8%		Súper e hipermercados	36,5%	
Hard discount	54,6%		Hard discount	-3,6%	
Autoservicios	7,8%		Autoservicios	39,3%	
FIAB	6,3%		FIAB	19,1%	
ACELGA			LECHUGA		
Súper e hipermercados	-17,8%		Súper e hipermercados	-24,7%	
Hard discount	-32%		Autoservicios	-13,7%	
Autoservicios	13,7%		FIAB	-9,6%	
FIAB	-28,4%				
QUESO PORT SALUT			QUESO PATEGRAS		
Súper e hipermercados	10%		Súper e hipermercados	9,8%	
Hard discount	7,5%		Hard discount	35,7%	
Autoservicios	7,1%		Autoservicios	8,3%	
FIAB	11,9%		FIAB	16,9%	
QUESO DE MÁQUINA (barra)			QUESO FRESCO		
Súper e hipermercados	14,4%		Súper e hipermercados	9,5%	
FIAB	14%		FIAB	16,4%	
POLENTA					
Súper e hipermercados	-24%				
Hard discount	-12%				
Autoservicios	-8,5%				
FIAB	-18,6%				

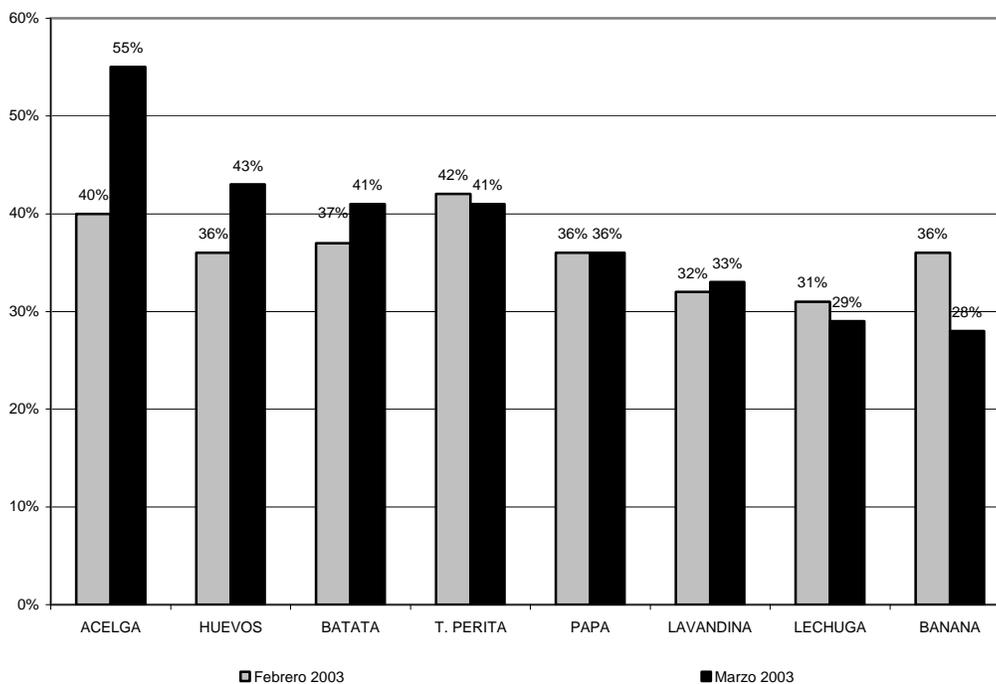
Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de la Dirección de Industria y Comercio, GCBA

Con estas variaciones, la comparación de precios por canal de distribución para la Ciudad de Buenos Aires estaría arrojando que se acentúan, y extienden en cantidad de productos, las diferencias de precios a favor de las FIAB, que habitualmente expenden productos de primera necesidad. En tal sentido, se observa que en el total de 60 productos relevados, cotejando los precios más bajos, se verifican las siguientes ventajas a favor de las Ferias de Abastecimiento:

Respecto de los súper e hipermercados	→	en el 77% de los productos
Respecto de los <i>hard discount</i>	→	en el 57% de los productos
Respecto de los autoservicios	→	en el 80% de los productos

La comparación de precios de frutas, verduras y otros productos entre supermercados de cadena, hipermercados o locales de cadena de descuento y los de las Ferias Itinerantes de Abastecimiento Barrial (FIAB), muestra que estas últimas tienen precios sustancialmente más bajos, permitiendo a los consumidores que realizan sus compras en dichas ferias un ahorro significativo de dinero en la compra de productos esenciales.

GRÁFICO 10. PORCENTAJES DE ABARATAMIENTO OBTENIDOS EN FERIAS ITINERANTES DE ABASTECIMIENTO BARRIAL.
VALORES PROMEDIOS DE LOS PRODUCTOS DE PRECIO MÁS BAJO EN SUPERMERCADOS Y FERIAS.
CIUDAD DE BUENOS AIRES. FEBRERO - MARZO DE 2003



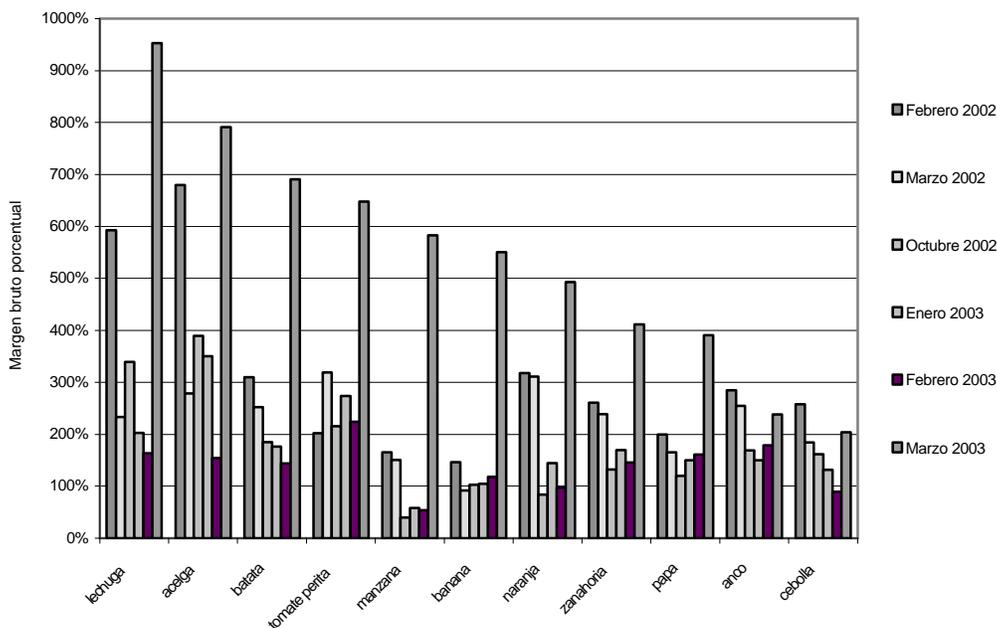
Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento de la Dirección General de Industria y Comercio

2.2.7. MÁRGENES TEÓRICOS DE INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

A partir de la comparación de los precios mayoristas de dominio público (Mercado Central para el caso de las frutas y verduras y Mercado de Liniers para el caso de las carnes) y los precios minoristas relevados en supermercados de la Ciudad, es posible analizar los márgenes teóricos de intermediación comercial obtenidos en los supermercados.

En marzo se observa un fuerte incremento de los márgenes brutos de intermediación de frutas y verduras, que ya se encontraban niveles elevados. Por ejemplo, la lechuga, la acelga, la batata, el tomate perita, la manzana y la banana registraron márgenes superiores al 500%. En el resto de las frutas y verduras relevadas, si bien se observaron márgenes menores, ellos fueron superiores a los registrados en los meses anteriores.

GRÁFICO 11. COMERCIO. MÁRGENES BRUTOS TEÓRICOS DE COMERCIALIZACIÓN. DIFERENCIAL ENTRE LOS PRECIOS AL PÚBLICO EN SÚPER E HIPERMERCADOS RESPECTO DEL PRECIO MAYORISTA EN MERCADO CENTRAL

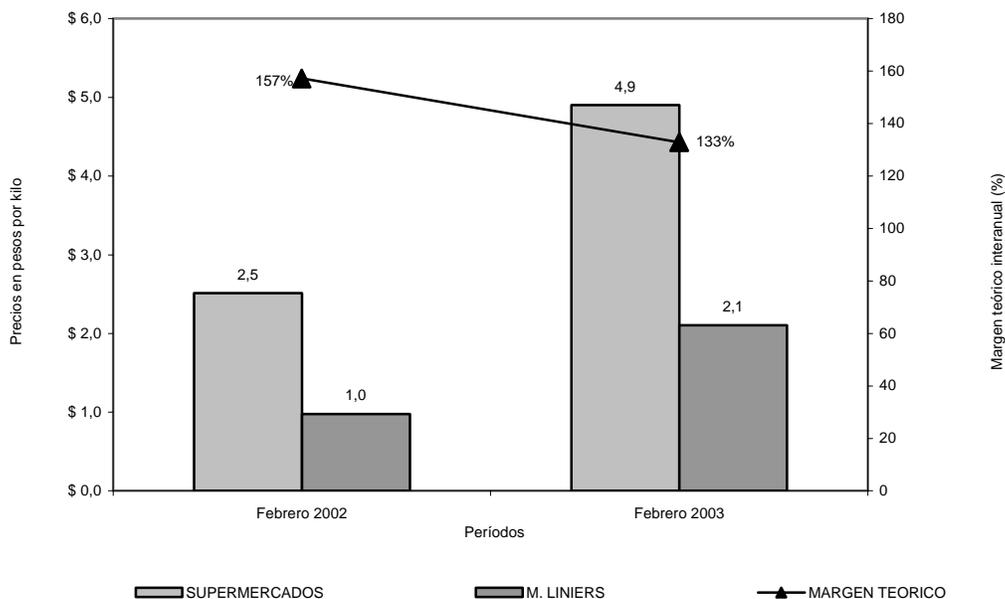


Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA en base a datos de la Dirección General de Industria y Comercio

Este incremento se debe a la importante baja de los precios mayoristas que no tuvo su correlato, al menos en el corto plazo, en los precios minoristas, que se mantuvieron estables o incluso crecieron en algunos casos.

En el caso de la carne, el margen teórico entre el precio de kilo vivo y el precio de los cortes de carne al mostrador relevados en supermercados se mantuvo relativamente estable entre enero y febrero, ya que pasó del 131% en enero al 132% en febrero, para luego registrar un crecimiento en marzo (147%). Tal incremento refleja el efecto conjunto del aumento de los precios al consumidor y la baja en el precio del kilo vivo del ganado en pie en el Mercado de Liniers. En relación con lo sucedido en febrero de 2003, se observa una leve retracción del margen teórico de intermediación, tal como se muestra en el gráfico siguiente.

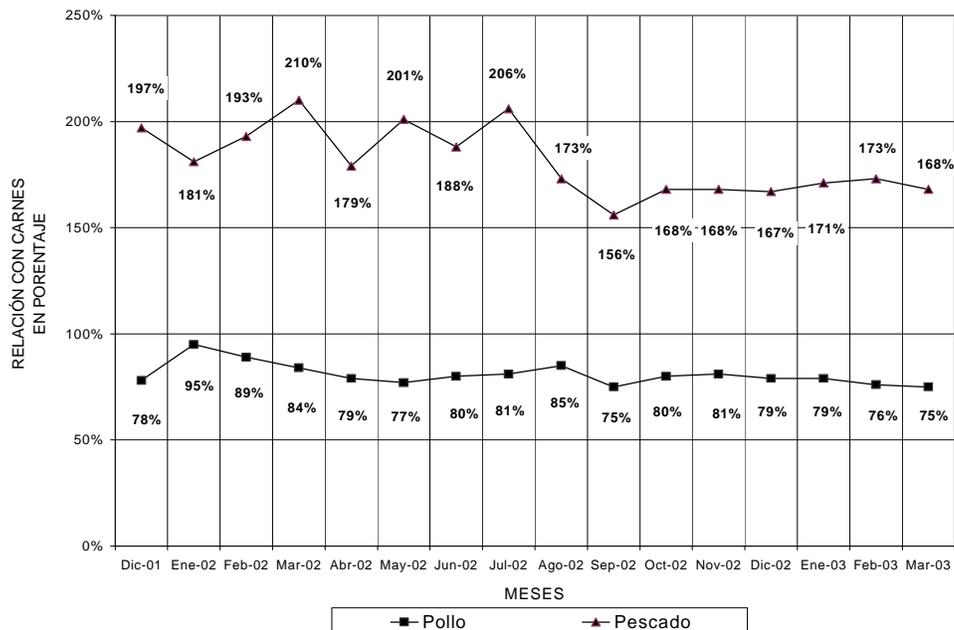
**GRÁFICO 12. COMPARACIÓN INTERANUAL DEL MARGEN TEÓRICO EN CARNES.
CIUDAD DE BUENOS AIRES. FEBRERO 2003 / FEBRERO 2002.**



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA en base a datos de la Dirección General de Industria y Comercio

A los efectos de tener una aproximación de la evolución de los precios relativos en bienes sustitutos de la carne, la Dirección de Industria y Comercio realizó un seguimiento de los precios del pollo y el pescado desde el mes previo a la devaluación hasta la fecha. La brecha entre el precio del pescado y la carne ha tendido a disminuir y mantenerse en torno al 70%, mientras que el diferencial entre el precio de la carne y el pollo se ha incrementado, cotizándose actualmente el kilo de pollo 25% menos que el de la carne vacuna.

**GRÁFICO 13. PRECIOS RELATIVOS DEL PESCADO Y DEL POLLO CON RELACIÓN AL DE LA CARNE.
CIUDAD DE BUENOS AIRES. DICIEMBRE 2001 – MARZO 2003.**



2.2.8. NOVEDADES. ENERO A ABRIL DE 2002

SUPERMERCADOS

Grupo *Casino*

Pese a la crisis argentina, el grupo francés *Casino* logró incrementar sus ventas y su participación de mercado en el país. El *holding* galo, que en la Argentina controla a la cadena de hipermercados *Libertad* - está presente en las principales ciudades del interior- y a las tiendas de descuento *Leader Price*, dio a conocer ayer sus resultados globales correspondientes a 2002. *Casino* registró una suba del 3,9% en sus ventas, que alcanzaron a 22.843 millones de euros. El grupo, además, precisó que *Libertad* aumentó un 16,8% su facturación y su cuota de mercado se incrementó del 5% de 2001 al actual 6,5%. En tanto que, el pasado martes 15 de abril, la empresa abrió un nuevo local de *Leader Price*, sumando, de este modo, su novena sucursal en Buenos Aires. La misma está ubicada sobre la avenida Rivadavia, en el barrio de Once.

Supermercados *San Cayetano*

Supermercados *San Cayetano*, que contaba con 3 sucursales en la Ciudad de Buenos Aires, tras presentarse en convocatoria de acreedores y ser gestionada temporalmente por sus empleados, finalmente tuvo que cerrar sus bocas de expendio radicadas en la Ciudad.

Hard-discounts

El gobierno bonaerense puso una nueva traba al avance de las cadenas de *hard-discounts*, como *Día* y *Eki*. Mediante un decreto, las autoridades provinciales suspendieron por seis meses la excepción de la que gozaban este tipo de cadenas para instalarse en territorio bonaerense por medio de franquicias y eludiendo la ley de grandes superficies que regula al sector minorista. Una medida de este tipo seguramente afectará las futuras decisiones de inversión de estas cadenas, que podrían reorientarlas hacia la Ciudad de Buenos Aires, dada su proximidad territorial.

Best crece en Buenos Aires

El grupo *La Anónima* continúa avanzando sobre el mercado porteño. El *holding* que lidera el negocio de venta de alimentos y bebidas en las provincias de la Patagonia concretó la apertura de dos nuevas sucursales de su cadena de minimercados *Best* en la Ciudad de Buenos Aires, con lo que pasó a contar con trece locales en esta jurisdicción. *La Anónima* comenzó a operar en 1908 y en la actualidad cuenta con 101 sucursales distribuidas en 47 ciudades. El grupo cerró su último ejercicio en junio de 2002, con una facturación de \$1.000 millones.

Coto llega a La Plata

Después de casi 15 meses de mantener congelados sus planes de inversión, la cadena de supermercados *Coto* inauguró su primer local en la ciudad de La Plata. La operación representa la primera apertura de un establecimiento de esa red comercial después de la inauguración de una sucursal en la ciudad bonaerense de José C. Paz, que se realizó en diciembre de 2001, unos días antes de que se desatara la ola de saqueos en supermercados.

Carrefour, en expansión

La cadena francesa *Carrefour* cerró un acuerdo con el grupo cuyano *Angulo*, ex propietarios de los supermercados *Vea*, para concretar la apertura de un nuevo hipermercado en la capital mendocina. La nueva boca, que incluirá un centro comercial, abrirá sus puertas en agosto próximo. La inauguración de este hipermercado se suma a las aperturas de cinco nuevos locales que *Norte* tiene proyectado realizar antes de fin de año, otra de las cadenas controladas por el grupo *Carrefour*.

SHOPPING CENTERS

Buenos Aires Design

En marzo, el *holding* inmobiliario *IRSA* estrenó una sala auditorio y un complejo gastronómico en su *shopping center Buenos Aires Design*. Según fuentes periodísticas, el proyecto demandó una inversión de \$ 2 millones y prevé una facturación de \$ 5 millones anuales.

Alto Palermo

La agencia *Fitch Argentina* subió la calificación de las obligaciones negociables (ON) de la operadora de centros comerciales *Alto Palermo*, de CCC a BB. El cambio en la calificación, según *Fitch*, responde "al quiebre de la tendencia negativa y el inicio de una gradual recuperación en los principales indicadores de

la actividad". De hecho, según los datos del INDEC, en diciembre de 2002 los *shopping centers* lograron un repunte del 14% en las ventas, después de 23 meses consecutivos de baja en la actividad.

APERTURAS DE LOCALES

La esquina de Cabildo y Juramento que ocupaba *Tower Records* será ocupada a partir de este mes por *Stock Center*, la casa de indumentaria deportiva. Este local, que cuenta con cinco plantas de 500 m² cada una, se enmarca en un nuevo concepto de negocios, el de las tiendas temáticas, hasta ahora poco desarrolladas en nuestro país.

La *Compañía de Negocios Comerciales* (CNC), operadora de varios centros comerciales minoristas, inauguró el primer local de su cadena de casa de deportes *Sportmix* en Santa Fe y Rodríguez Peña. La intención de CNC –que en la actualidad opera varios *outlets*– es abrir entre tres y cuatro locales más en los próximos meses.

Car One inauguró en marzo un nuevo predio en Costa Salguero, en el que ofrece en exhibición y venta más de 300 vehículos entre usados y nuevos. Para la comercialización de autos 0 Km., *Car One Costa Salguero* contará en el predio de 8.000 m² con concesionarias *Volkswagen*, *Chevrolet* y *Suzuki*. En la nueva sucursal trabajan aproximadamente 50 personas entre vendedores y empleados administrativos.

La fabricante de muebles *Kalvin* inauguró su primer local en el barrio de Belgrano y planea sumar otras doce sucursales durante 2003. *Kalvin* comenzó a operar hace unos meses a partir de la unión de un grupo de jóvenes diseñadores. La inversión en la apertura de los primeros cinco locales rondaría los \$300.000.

Polo Ralph Lauren reabrirá tres tiendas de su marca en la Argentina: en *Galerías Pacífico*, *Unicenter* y *La Mansión*, en la Avenida Alvear. Los inversores estiman que desembolsarán \$2,5 millones en la remodelación de estos locales.

Con una inversión de \$15 millones, *Easy* -la cadena de venta de productos para la construcción y el equipamiento del hogar- inauguró este mes en Liniers su local número veintidós, con una superficie de 8.000 m² en la que trabajan unas 200 personas. Tras sufrir el peor año de su historia, la empresa del grupo chileno *Cencosud* (dueño además de los hipermercados *Jumbo* y del *shopping Unicenter*) espera abrir entre dos y tres bocas más en Capital y Gran Buenos Aires. Estas expectativas encuentran su explicación en función de la tenue reactivación que viene observándose en materia de construcción, liderada por el segmento de mayor poder adquisitivo, y el cambio de la actitud asumida por los consumidores a partir de la crisis económica, consistente en hacer por sí mismo lo que antes se contrataba de terceros. Cabe señalar que para poder abastecer esta incipiente demanda, *Easy* desarrolló un programa de sustitución de proveedores extranjeros por locales, apostando a la reducción de precios.

Ferremat, cadena de ferreterías con 25 sucursales en 10 provincias del interior, planea consolidar su expansión durante este año. La cadena, que facturó \$200 millones el año pasado, ocupa 360 personas.

La empresa *Big Outlet* anunció la reapertura de su centro comercial ubicado en el dique 1 de Puerto Madero. El *outlet* funcionará por un plazo de 60 días y reunirá productos de indumentaria de diferentes marcas de primer nivel.

Con la apertura de una heladería en el barrio de Belgrano comenzó a operar la cadena minorista *Concepto Indigo*, empresa que reúne tres unidades de negocios: *Bistro* (heladerías), *Indigo Tiendas* (boutique y bazar) e *Indigo Productos Naturales* (frutas y dulces).

NOTICIAS EMPRESARIAS

Resultados de *Officenet*

Officenet, el proveedor de insumos para oficina que vende a través de Internet, anunció que su facturación en 2002 fue de US\$ 41,5 millones, de los cuales el 75% correspondió a sus operaciones en Brasil y el resto a la Argentina. A pesar de la devaluación, la filial argentina mostró un crecimiento del 10% durante el año pasado.

Disco

Disco SA informó sobre la conversión en aportes irrevocables a cuenta de futuros aumentos de capital de un préstamo efectuado por *Royal Ahold*, por un monto de US\$ 56,5 millones, y la recepción de aportes irrevocables -también provenientes de un préstamo- por parte de *Ahold Latin America*, por la suma de US\$ 2 millones. En un comunicado enviado a la Bolsa de Comercio, la compañía informó que desde agosto de 2002 hubo un total de aportes de US\$162,4 millones.

En otro orden de cosas, la empresa *Disco SA* desembolsó US\$ 4 millones para plantar en San Juan 140 hectáreas de uvas finas con variedades *Chardonnay*, *Cabernet Sauvignon*, *Sirah* y *Malbec*, entre otras, para comenzar a producir vinos en bodega propia. La inversión está comprendida en los programas provinciales de diferimientos agrícolas. La planta tiene capacidad para producir 820.000 litros, y entre los planes está presente la exportación a Europa y los Estados Unidos.

Musimundo sale del concurso

Musimundo obtuvo la homologación por parte de la Justicia para su concurso preventivo. La propuesta de la firma incluye una quita del 60% de la deuda que asciende a \$ 152 millones. La cadena de disquerías cancelará su pasivo en un plazo de quince años, con una tasa anual de entre el 3 y el 7 %. La aprobación del concurso despeja el camino para la venta de la compañía, que podría definirse en un plazo de 30 días. Entre los candidatos a quedarse con *Musimundo* figuran el grupo *Grüneisen* (dueños de la cadena de librerías y disquerías *Yenny-El Ateneo*) y los fondos de inversión *ColInvest* y *Pegasus*. En cambio, el que se habría alejado de la operación de compra de la cadena es el empresario Francisco de Narváez.

Falabella retoma inversiones

La cadena chilena de grandes tiendas *Falabella* retomará su plan de inversiones en la Argentina. La firma anunció que planea desembolsar US\$ 50 millones durante 2003 para concretar la apertura de nuevas sucursales en la Argentina y Perú. En el mercado local, la intención de Falabella es comenzar a operar con sus locales *Homestore* (dedicados a la venta de materiales para la construcción) con el objetivo de competir con *Easy*.

NUEVAS MODALIDADES COMERCIALES

A partir de los cambios devenidos de la salida de la convertibilidad, entre los que se destacan el encarecimiento de los productos importados –entre ellos los electrodomésticos- y la fuerte caída del poder adquisitivo de la población, comienzan a aparecer nuevos actores intermediando en la compra y venta de artículos usados. Empresas como *Cash Conventers*, *Mr. Cash* y *Lleve y Traiga* se lanzaron al segmento de la reventa de artículos usados, con una rápida expansión de locales, funcionando en algunos casos con el formato de franquicias.

Por otro lado, y básicamente a partir de la sanción de la Ley 25.649 que establece la obligatoriedad de prescribir medicamentos mediante la expresión de su nombre genérico o denominación común internacional de la droga que contiene, comenzaron a aparecer farmacias y cadenas especializadas en la venta de productos genéricos. Esta modalidad -reciente en nuestro país- ya cuenta con una amplia experiencia en otros países latinoamericanos, en particular México, de donde proviene la cadena *Dr. Ahorro*.

Una modalidad creciente es la generalización del formato autoservicio, que se extiende a una gama cada vez mayor de rubros y productos. En particular, en la Ciudad de Buenos Aires, se observa la apertura de algunos locales y cadenas dedicados a la comercialización de frutas y verduras en este tipo de negocios. *La Estancia*, *Frutas y Verduras* y *La Gran Argentina* son algunas de las cadenas que reflejan el desarrollo de esta tendencia.

Finalmente, otro segmento con importante impulso durante el último año fue el de las franquicias comercializadoras de medialunas (*Medialunas del Abuelo*, *Mr. Luna*, *Sólo Medialunas* y *Medialunas del Amanecer*) que, según fuentes periodísticas, abrieron más de 100 locales. Estas cadenas se caracterizan por tener una importante diferencia de precios en relación con las panaderías tradicionales, hecho que les ha permitido crecer en un contexto como el actual, de fuerte restricción del poder adquisitivo.

OTROS DATOS ESTADÍSTICOS

CAME

Según informó la Coordinadora de Actividades Mercantiles Empresarias (CAME), en el pasado mes de febrero, se registró un incremento en las ventas de servicios y productos, especialmente en el turismo. Tras relevar 489 comercios en todo el país, se detectó un significativo aumento en el turismo proveniente del exterior (60%); el turismo nacional (46%); hoteles (70%); actividad inmobiliaria (75%), y alimentos y bebidas (10%). Un significativo repunte se evidenció en las ventas de pequeños locales, como almacenes y fiambrerías (63%), y de carnicerías y verdulerías (28%). Las bajas más fuertes se registraron en la venta de automóviles, seguidas por las ventas en farmacias (35%), jugueterías (10%), y muebles de hogar (38%).

Autos usados

La venta de autos usados creció en febrero un 62% respecto de igual mes de 2002. Sin embargo, medido contra el mes anterior, la venta cayó un 13 %. La Cámara del Comercio Automotor indicó que en febrero se vendieron 55.023 autos usados en todo el país, contra las 63.855 unidades vendidas en enero de 2003 y 34.035 en febrero de 2002. Las ventas se acercan al nivel obtenido en febrero de 2001, cuando se comercializaron 55.768 unidades. En lo que va del año se vendieron 118.878 autos usados, contra los 70.642 vendidos en el primer bimestre de 2002.

Relevamiento de la Cámara Argentina de Comercio

De acuerdo con una encuesta entre comerciantes elaborada por la Cámara Argentina de Comercio, 42,7% de los comerciantes minoristas encuestados en todo el país dijo no haber advertido cambios en sus volúmenes de venta de marzo pasado con respecto a igual mes de 2002; el 21,5% señaló que la actividad mejoró y el 35,8% evidenció un deterioro. Así lo señala la encuesta entre comerciantes elaborada por la Cámara Argentina de Comercio. El informe indica que el 52,7% de los consultados prevé una mejora de las ventas para el próximo trimestre, y el 62,1% cree que los precios se mantendrán sin alteraciones. Con respecto a febrero, el 38,6% dijo haber vendido más, aunque en ese caso las causas serían estacionales: por ejemplo, en las librerías el 90% respondió haber tenido una evolución positiva.

2.3. CONSTRUCCIÓN Y MERCADO INMOBILIARIO

2.3.1. CONSTRUCCIÓN

Las expectativas de inversión en la construcción, relevadas por la superficie permitida para obras en la Ciudad durante el mes de marzo de 2003 (55.496 m²), mostraron una importante alza de 375,5% con respecto a marzo de 2002, profundizando la fuerte tendencia ascendente observada en los tres meses anteriores. La suba anotada más que cuadruplicó el área registrada en el mismo mes del año anterior y se produjo como consecuencia de incrementos de 523,8% en la superficie permitida para uso residencial (que, en lo que va de 2003, representó el 81,5% del área total permitida) y de 64,4% en la superficie destinada a actividades económicas. Sin embargo, cabe destacar que la fuerte suba de la superficie total se debió básicamente al muy bajo nivel que se había registrado en marzo de 2002 (11.670 m²), que fue el mes de peor desempeño en dicho año.

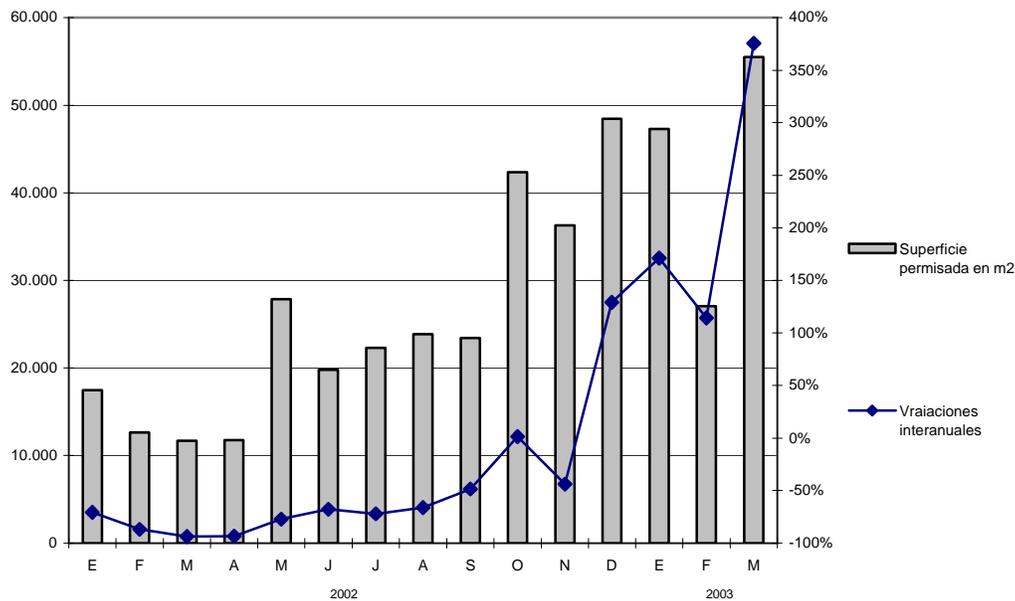
Como resultado de ambas tendencias, se observa para el primer trimestre de 2003 un alza interanual de 211% en el área permitida total, producto de subas de 284,8% en el uso residencial y de 68,6% en el uso productivo. De todos modos, si la comparación se realiza con los primeros tres meses de 2001, se aprecia que la superficie permitida se redujo 61,6%, lo que indica que la actividad de la construcción, si bien está recuperándose, se encuentra muy lejos de lograr los niveles alcanzados en el último año de la convertibilidad.

En tanto, la superficie permitida para obras privadas a nivel nacional (medida por el INDEC sobre una muestra de 42 municipios representativos, entre los que se encuentra la Ciudad de Buenos Aires) registró para el primer bimestre de 2003 un aumento interanual de 57,6%. Esto significa que, en los primeros meses del año, el comportamiento positivo de este indicador en el ámbito de la Ciudad es de una magnitud mayor al verificado en el resto del país. Esto se debe, en gran parte, a que en el año 2002 la evolución en el ámbito local había mostrado bajas de mayor magnitud con respecto al resto de los

municipios y que, por ende, las variaciones actuales se calculan contra períodos comparativamente peores para la Ciudad que para la Nación.

Como novedad, es necesario destacar que el Gobierno Nacional ha implementado, a partir del 21 de abril y hasta el 9 de mayo, la posibilidad de que particulares y empresas oferten propuestas para construcción a cambio de entregar sus títulos BODEN 2012, por los que el gobierno pagará \$1,40 + CER en efectivo en cuotas sujetas a los avances de la obra. La medida prioriza los proyectos que soliciten construir una mayor cantidad de metros cuadrados a un menor precio, por lo que, en principio, quedarían relegados los proyectos de obra de menor tamaño (generalmente, realizados por particulares) en favor de los efectuados por las grandes empresas constructoras.

GRÁFICO 14. CONSTRUCCIÓN. EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD (EN MTS²) Y DE LA VARIACIÓN INTERANUAL DE LA SUPERFICIE PERMISADA. ENERO 2002 - MARZO 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de DGEyC

2.3.2. MERCADO INMOBILIARIO

La cantidad de escrituras traslativas de dominio anotadas en el Registro de la Propiedad del Inmueble de la Ciudad de Buenos Aires⁹ fue, en el mes de febrero de 2003, de 4.738, lo que implicó una suba de 45,8% con respecto al mismo mes del año anterior. Este incremento es el sexto consecutivo y, entre ellos, el de mayor magnitud, luego de tres meses seguidos de variaciones interanuales negativas. El aumento en buena parte se explica por el bajo nivel de escrituras verificado en febrero de 2002, cuando como consecuencia de la implementación de la inmovilización de los depósitos bancarios, la actividad inmobiliaria quedó virtualmente paralizada, verificándose una baja de 43,3% con respecto al mismo mes de 2001. Como resultado de la recuperación, el acumulado del primer bimestre de 2003 muestra una suba en la cantidad de escrituras de 40,6% con relación al mismo período de 2002.

Como se mencionó en el informe anterior, cabe destacar que la creciente normalización de la situación bancaria - expresada en la devolución de depósitos mediante recursos de amparo y en la reciente apertura del *corralón* -, y el logro de cierta estabilidad económica a nivel nacional, habrían contribuido a dinamizar en los últimos meses el mercado inmobiliario.

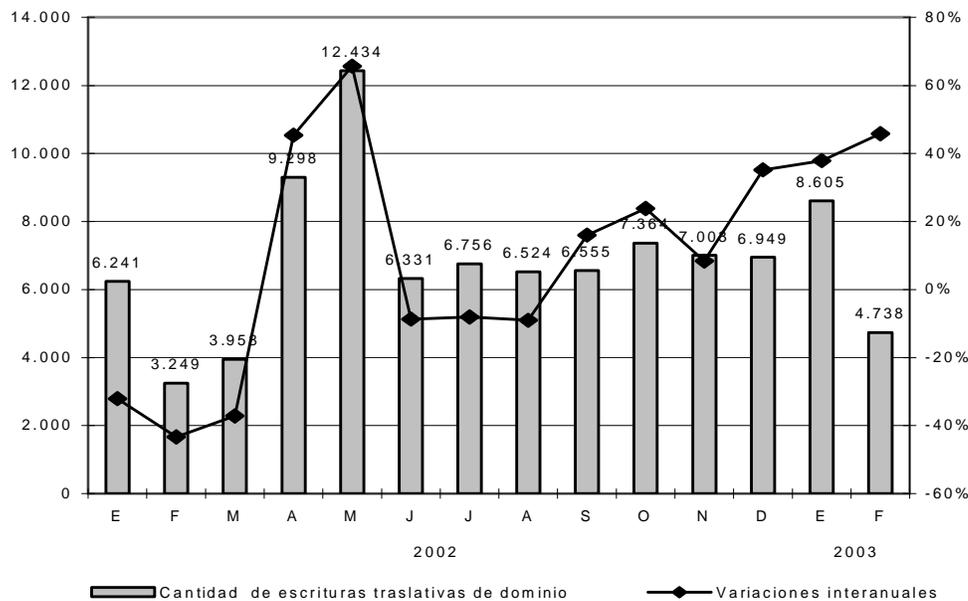
Si bien en los últimos meses se registró una suba de los precios en dólares, que contrarrestó la baja en la cotización de la divisa extranjera, los precios de las viviendas continúan siendo sensiblemente inferiores a los vigentes durante la convertibilidad, lo que torna atractivas las adquisiciones tanto con fines

habitacionales como para refugio de valor. En ese sentido, la caída en la cotización de la divisa norteamericana y la baja en las tasas de interés pasivas son factores que habrían inducido a la población a invertir en el mercado inmobiliario. De acuerdo con información del sector, algunas de las inversiones son realizadas por capitales extranjeros, seducidos por el rendimiento en dólares que podrían obtener en el mediano y largo plazo. En cuanto a la oferta, una parte de los propietarios que habían retirado sus viviendas del mercado a raíz de la abrupta caída de los precios, han comenzado a revertir su actitud; sin embargo, ello se cumpliría en menor medida para el caso de los inmuebles costosos, dado que sus propietarios seguirían manteniendo una posición expectante, a la espera de que se reduzca la brecha entre el precio actual y el anterior a la devaluación.

El mercado de oficinas, en cambio, continuaría paralizado, ya que existe una tasa de vacancia que ronda el 40% de las unidades a estrenar. La perspectiva a futuro se presenta poco alentadora, ya que muchas empresas en 2002 achicaron sus gastos negociando alquileres más bajos en términos nominales, o mudándose a oficinas de menor tamaño y calidad de prestaciones. Por lo tanto, la rentabilidad esperada de las inversiones en este tipo de inmuebles es baja o inclusive negativa.

En febrero de 2003, en la Ciudad de Buenos Aires, volvió a registrarse por sexto mes consecutivo una variación interanual positiva del número de escrituras anotadas en el Registro de la Propiedad del Inmueble, marcando una tibia reanimación del alicaído mercado inmobiliario porteño. El incremento de las transacciones está motivado por el bajo precio de las propiedades en dólares, que alienta la compra tanto para su uso residencial, comercial o como reserva de valor. Sin embargo, las cifras alcanzadas son sumamente bajas respecto de las vigentes en los últimos años, e inferiores a las de los meses de abril y mayo pasados, cuando fueron autorizadas adquisiciones con los fondos que los ahorristas tenían inmovilizados en el sistema financiero.

GRÁFICO 15. MERCADO INMOBILIARIO. EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD Y DE LA VARIACIÓN INTERANUAL DE LAS ESCRITURAS ANOTADAS EN EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INMUEBLE. ENERO 2002 - FEBRERO 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de DGEyC

⁹ Esta serie registra los actos de compra-venta correspondientes a inmuebles ubicados en la Ciudad de Buenos Aires.

2.4 TRANSPORTE

2.4.1 MOVIMIENTO INTRAURBANO¹⁰

TRANSPORTE PÚBLICO

En febrero de 2003, se produjo una nueva suba interanual (tercera consecutiva) de 5,7% en la cantidad total de pasajeros que utilizaron los principales servicios de transporte público intraurbano (33.088.000). Este incremento se explica por una nueva variación positiva (sexta consecutiva) de 13% en el transporte automotor¹¹ (que, en los primeros dos meses del año, representó el 55% del total de pasajeros), acompañada de una reducción del 2% en el transporte subterráneo (45% del total de pasajeros). Es importante tener presente que febrero de 2002 había sido un mes de bajo nivel de pasajeros, con caídas de 16,1% en colectivos y de 8,5% en subtes con relación al mismo mes de 2001.

En tanto, en el primer bimestre de 2003, la cantidad total de pasajeros fue un 3,6% mayor a la registrada en el mismo período de 2002, producto de una suba de 10,4% en los pasajeros en líneas de colectivo y de una baja de 3,7% en los usuarios del subterráneo.

CIRCULACIÓN POR AUTOPISTAS DE LA CIUDAD¹²

La circulación de vehículos automotores por autopistas de la Ciudad alcanzó en febrero unos 3.989.000 vehículos. No obstante, esta cifra se refiere únicamente a la información suministrada por la empresa AUSA ya que, como se anticipó en el Informe anterior, el Gobierno de la Ciudad decidió rescindir el contrato de la empresa a cargo de la concesión de la Autopista Illia, que decidió no suministrar la correspondiente información del flujo automotor. De esta manera, considerando únicamente los datos de AUSA para los meses de febrero de 2002 y 2003, se observa una suba interanual de 11,3% en la comparación entre ambos períodos. Como resultado, hubo un aumento de 11,2% en la comparación del primer bimestre de 2003 con relación al mismo período de 2002.

Si bien el aumento de la circulación en autopistas se produce respecto de los muy bajos niveles de febrero de 2002, cuando la circulación por autopistas fue 19,9% inferior a la del mismo mes del año anterior, también es cierto que esta incipiente recuperación se produce a pesar de que los precios de los combustibles prácticamente se duplicaron. Asimismo, durante el primer bimestre de este año el turismo emisivo porteño fue notoriamente superior al del año pasado, lo que también es un factor que habría afectado negativamente la circulación automotor.

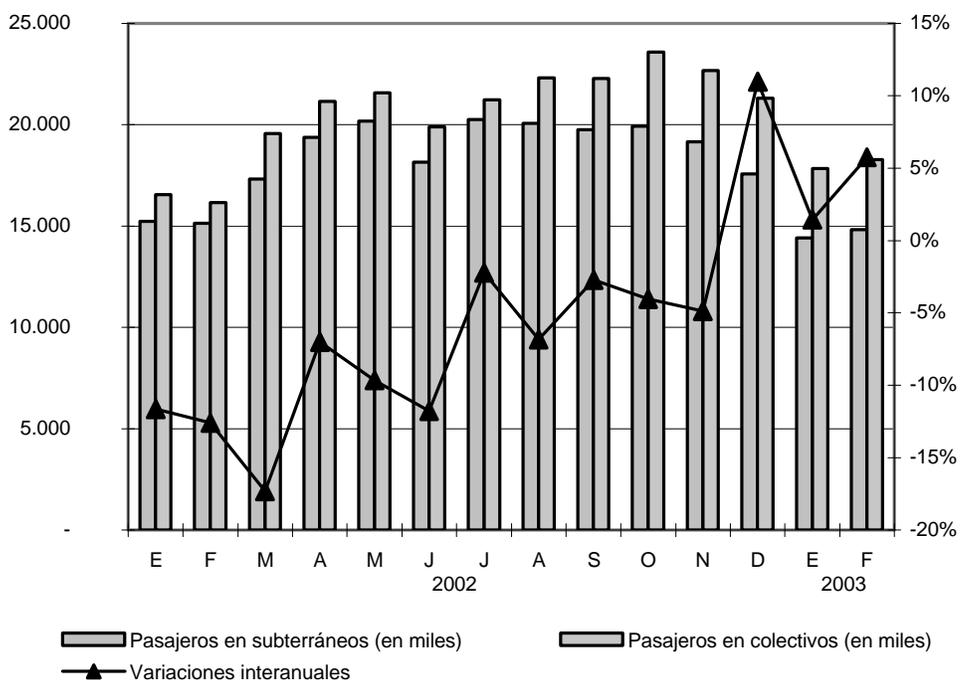
La cantidad de pasajeros mostró un leve incremento interanual debido a que el aumento en el transporte automotor más que compensó la caída en el uso del subterráneo, continuando con la tendencia observada en el primer bimestre de 2003.

¹⁰ Incluye el análisis de la cantidad de pasajeros transportados en subterráneos y transporte público automotor, por un lado, y de la circulación vehicular por las autopistas de la Ciudad, por otro.

¹¹ En el transporte automotor, se incluyen únicamente las líneas de colectivo que cumplen la totalidad de su recorrido en la Ciudad de Buenos Aires.

¹² Esta información fue publicada en el Informe Mensual de Coyuntura del mes anterior.

GRÁFICO 16. TRANSPORTE. EVOLUCIÓN DEL MOVIMIENTO INTRAURBANO DE PASAJEROS DE TRANSPORTE PÚBLICO Y DE LAS TASAS DE VARIACIÓN INTERANUAL. CIUDAD DE BUENOS AIRES. ENERO 2002 – FEBRERO 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de INDEC

2.4.2. MOVIMIENTO INTERURBANO¹³

TRANSPORTE PÚBLICO

La cantidad de pasajeros que utilizaron los principales servicios de transporte público interurbano (87.153.000) mostró en febrero un alza de 5,9% con respecto al mismo mes de 2002, que fue la tercera consecutiva luego de la larga tendencia contractiva que se venía registrando desde septiembre de 2000. La misma se produjo como resultado del balance positivo entre las subas de 8,9% en las líneas de colectivo que unen la Ciudad de Buenos Aires y el Conurbano Bonaerense (grupo 1) y de 29,9% en aquellas que realizan recorridos de media distancia (grupo 2), y la baja de 1,6% en la cantidad de pasajeros de ferrocarriles. Como resultado, se verifica en el primer bimestre de 2003 una suba interanual de 5,6% en el total de pasajeros, producto de alzas de 8,9% en líneas del grupo 1 y de 29,4% en líneas del grupo 2, y de una caída de 2,6% en ferrocarriles. Cabe destacar que, en este período, el 68,4% de los pasajeros utilizó los servicios de colectivos de corta distancia, el 2,1% los de colectivos de media distancia y el 29,4% los de ferrocarriles.

La suba verificada en febrero en líneas del grupo 1 es la sexta consecutiva luego de veinte meses seguidos de caída; en tanto, la baja en ferrocarriles continúa la tendencia contractiva que se inició en septiembre de 2000, que tan solo fue discontinuada en diciembre pasado. Es importante destacar que el comportamiento positivo en el total de pasajeros transportados se debe fundamentalmente a los muy bajos niveles registrados en febrero de 2002 (-18,7% con relación al mismo mes de 2001).

Como se detalló en el informe anterior, la dispar evolución entre la utilización de ferrocarriles y colectivos reafirma la tendencia observada a lo largo de 2002, donde los primeros tuvieron una caída mucho más

¹³ Incluye el análisis de la cantidad de pasajeros transportados en ferrocarriles y colectivos con estaciones y/o terminales en el Gran Buenos Aires, por un lado, y la circulación vehicular de entrada y salida a la Ciudad, por otro.

acentuada, debido a las deficientes condiciones de los trenes en materia de seguridad, confort e higiene. La gravedad de estos problemas llevó al gobierno nacional a intimar a las empresas concesionarias a efectuar una serie de mejoras, las cuales están llevándose a cabo.

CIRCULACIÓN POR AUTOPISTAS EN ACCESOS A LA CIUDAD

El flujo vehicular de automotores, colectivos y camiones livianos, desde y hacia la Ciudad de Buenos Aires, registró en febrero una nueva suba de 3,2% con relación al segundo mes de 2002 (tercera consecutiva, luego de una tendencia contractiva interanual que se extendió por dieciocho meses). Esta variación se produjo como resultado de subas de 2,7% en la circulación de automóviles (que representó, en el primer bimestre de 2003, el 91,7% del flujo total) y de 9,6% en la circulación de colectivos y camiones livianos (8,3% del flujo total). De todos modos, es necesario aclarar que también en este caso los comportamientos positivos se deben a los muy bajos niveles de pasajeros registrados en febrero de 2002, mes en el cual el flujo total cayó 15,3% con relación al mismo mes de 2001, mientras que el de automóviles se redujo 14,9% y el de camiones y colectivos 19,4%. Así, en el primer bimestre de 2003 se verifica una suba de 4,4% en la circulación total, de 3,9% en el flujo de automóviles y de 10,4% en la circulación de colectivos y camiones livianos.

2.5. SERVICIOS PÚBLICOS

2.5.1 CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA¹⁴

Durante el primer trimestre de 2003, el consumo de energía eléctrica¹⁵ en la Ciudad de Buenos Aires se incrementó 2% con respecto al año anterior. A su vez, dentro de este período se verificó una baja interanual de 1,5% en enero y comportamientos positivos en los meses de febrero (3,2%) y marzo (4,5%), los cuales determinaron la suba en el agregado trimestral.

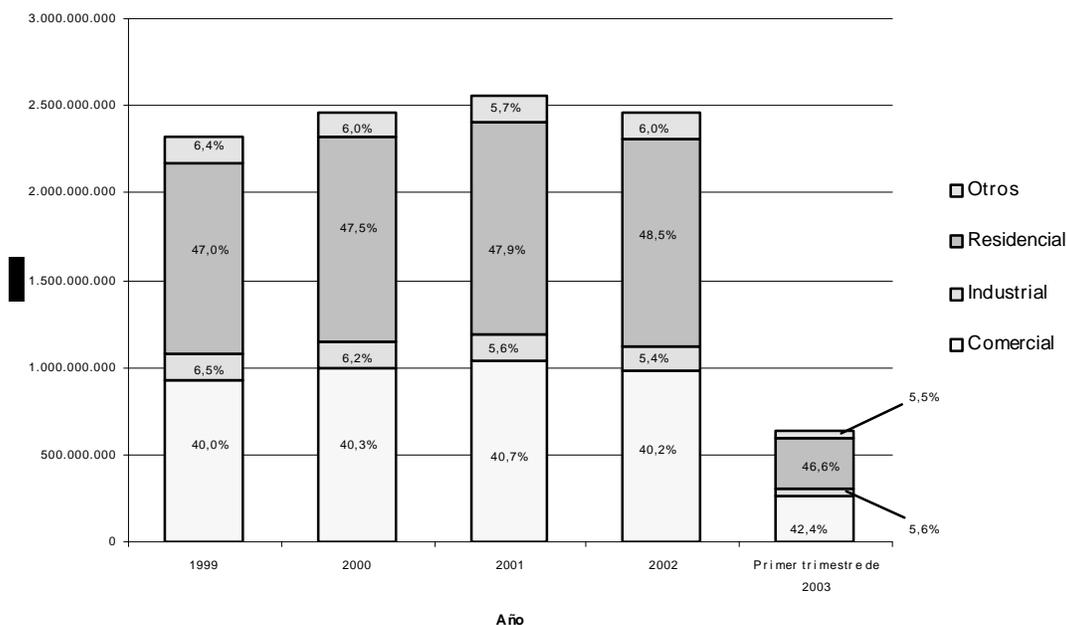
En el análisis del consumo de energía por sectores, se observa, para el primer trimestre, subas interanuales en los consumos Residencial (3,4%), Industrial (6,4%) y Comercial (0,2%) y una leve baja en Otros (-0,1%). Asimismo, se destaca que, del consumo total, el 89% corresponde conjuntamente a los segmentos comercial y residencial, mientras que el 11% restante se refiere al segmento industrial y a otras demandas.

La ínfima suba en el consumo comercial se explica por el incremento registrado en las pequeñas demandas (5,6%), que se dio en simultáneo con bajas de 1,7% en las medianas demandas y de 0,6% en las grandes; si bien estas dos últimas representan en lo que va del año 2003 el 82% del consumo comercial total, no pudieron contrarrestar a nivel agregado el comportamiento positivo verificado en los pequeños consumidores. Por su parte, en el consumo industrial, se observaron subas tanto en los grandes demandantes (8,7%), que representaron en el primer trimestre el 58% de este tipo de consumo, como en los medianos (5,4%) y en los pequeños (1,8%).

¹⁴ Esta información fue publicada en el *Informe Mensual de Coyuntura* del mes anterior.

¹⁵ En base a datos de una de las dos compañías distribuidoras que opera en la Ciudad.

GRÁFICO 17. CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA PROVISTA POR UNA DE LAS DOS DISTRIBUIDORAS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, POR USO. 1999-2003



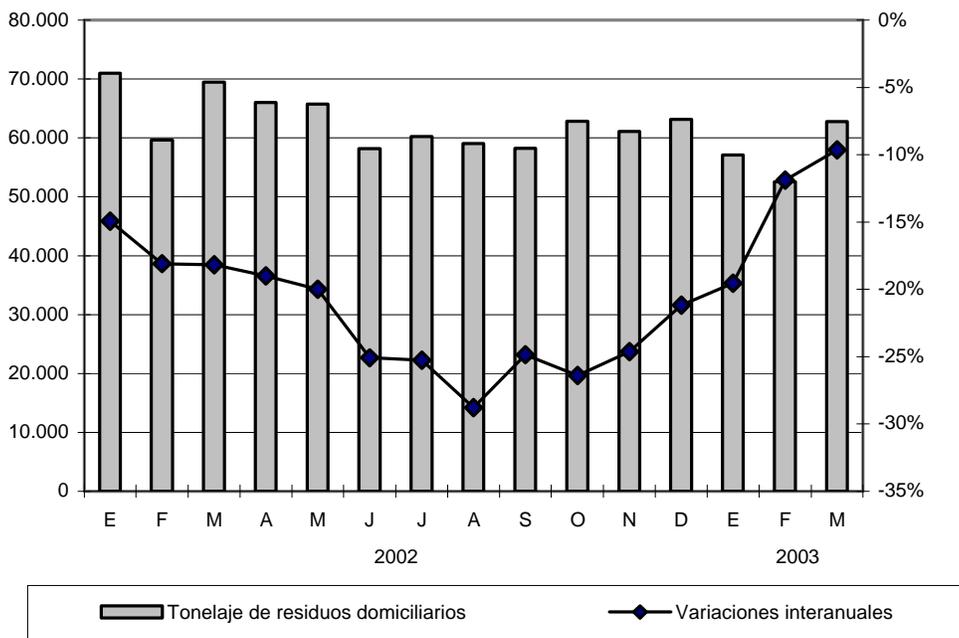
Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de una de las distribuidoras de energía de la Ciudad

2.5.2. RESIDUOS DOMICILIARIOS

Durante el mes de marzo de 2003, los residuos domiciliarios recolectados en el ámbito de la Ciudad (62.744 toneladas) registraron una nueva baja de 9,6% con relación a igual mes del año anterior, continuando la tendencia descendente que se inició en mayo de 2001. Si bien esta es la contracción interanual de menor magnitud verificada en los últimos dieciséis meses y prolonga la desaceleración en la caída que viene observándose desde noviembre de 2002, cobra aun más significado si se tiene en cuenta que la comparación se realiza contra marzo de 2002, un mes de muy bajo nivel de recolección (18,2% por debajo del mismo mes de 2001).

Además de la caída en el consumo –como se puede observar en las continuas retracciones en las ventas de supermercados porteños – se suma el ostensible *cirujeo* en la Ciudad y sus alrededores, actividad informal que utiliza a la recolección de residuos (el cartón, el papel y el aluminio, entre otros) como principal fuente de subsistencia. Si bien según datos periódicos la cantidad de *cartoneros* en la Ciudad se redujo en los últimos meses debido a la baja en el precio del papel y el cartón, es evidente, a su vez, que la falta de fuentes alternativas de ingresos impulsa a muchos de ellos a continuar con sus tareas.

GRÁFICO 18. RESIDUOS DOMICILIARIOS. EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD DE TONELADAS RECOLECTADAS Y DE LAS TASAS DE VARIACIÓN INTERANUAL. CIUDAD DE BUENOS AIRES. ENERO 2002 – MARZO 2003

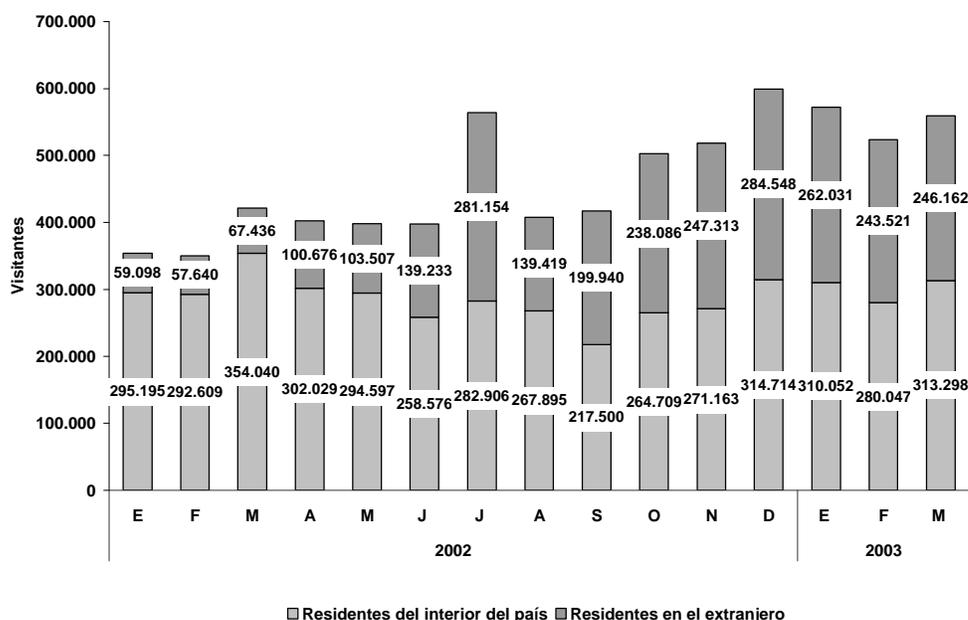


Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de CEAMSE

2.6. TURISMO

Durante el mes de marzo, ingresaron a la Ciudad de Buenos Aires 559.460 visitantes: 56% procedentes del interior del país y 44% del extranjero, aumentando el número de visitantes en 33% respecto del mismo mes del año anterior. Sin embargo, el comportamiento de los residentes en el interior fue diferente al de los residentes en el extranjero: mientras se produjo una disminución interanual en el primer caso (-12%), se verificó un incremento significativo en el segundo (265%). En la comparación interanual de ingresos de residentes en el interior, debe tomarse en consideración que los feriados de Semana Santa estuvieron presentes en el mes de marzo de 2002 pero no en el de 2003. De la dinámica de enero, febrero y marzo surge que para el acumulado del primer trimestre del año, ingresaron 1.655.111 visitantes. Lo anterior significa un aumento interanual de 47%, con un incremento de más de 300% en los visitantes del extranjero y una caída de 4% en el de los residentes en el interior.

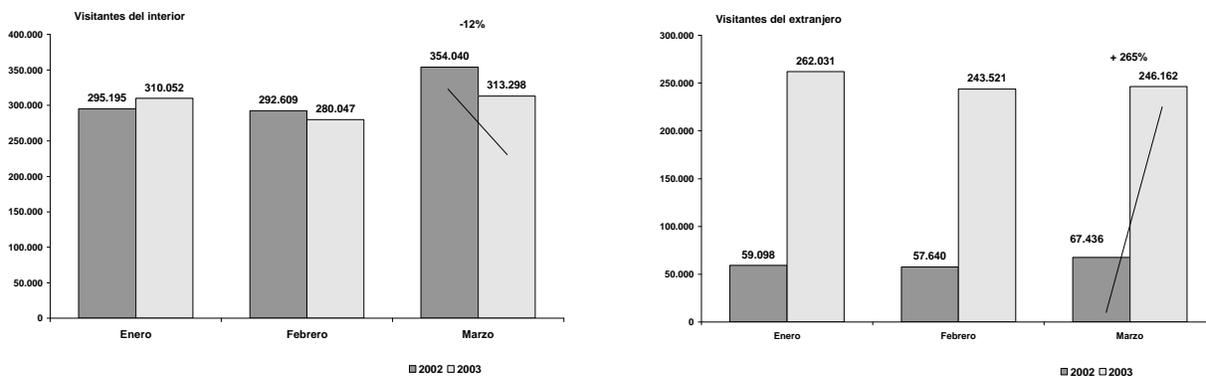
GRÁFICO 19. TURISMO RECEPTIVO. VISITANTES INGRESADOS EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 2002 Y 2003



Fuente: PEIET, CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

En la comparación interanual de marzo, la cantidad de visitantes del interior del país se redujo en 12%, pero debe tomarse en consideración que en marzo del año pasado tuvieron lugar los feriados de Semana Santa, mientras que este año, el festejo de Pascuas pasó a abril. Dada la gran afluencia de visitantes que se produce en los fines de semana largos, en particular en éste, la comparación aparece distorsionada.

GRÁFICO 20 TURISMO RECEPTIVO. INGRESO DE VISITANTES RESIDENTES EN EL INTERIOR Y DE RESIDENTES EN EL EXTRANJERO EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. ENERO-MARZO DE 2002-2003.



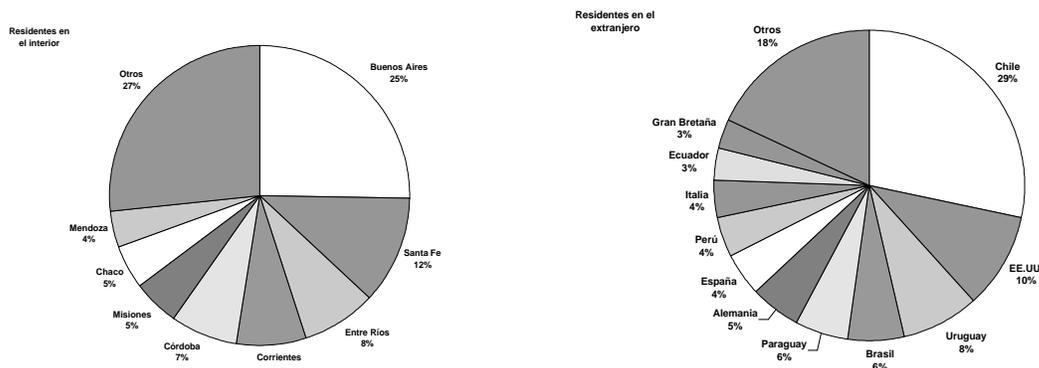
Fuente: PEIET, CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

Siguiendo con una tendencia de larga data, un cuarto de los visitantes del interior provinieron de la provincia de Buenos Aires (25%). En segundo lugar, se recibieron residentes de Santa Fe (12%), seguidos por los de Entre Ríos (8%) y los de Corrientes (7%). Es decir que sólo cuatro provincias concentraron más de la mitad del turismo emisor a la Ciudad de Buenos Aires. Vale la pena destacar que las provincias mesopotámicas mencionadas desplazaron a Córdoba de su posición del mes anterior, relegándola al quinto puesto con 7%. En comparación con marzo de 2002, creció significativamente la porción de la provincia de Buenos Aires, en detrimento del resto de los orígenes nacionales, y Córdoba perdió su segunda posición en el ordenamiento a favor de Santa Fe.

Entre los orígenes extranjeros, los chilenos siguen siendo los visitantes más frecuentes (28%); incluso consolidaron cuatro puntos más su participación respecto del mes anterior, seguidos de Estados Unidos (10%) y Uruguay (8%). Los brasileros pasaron de ocupar el segundo puesto en febrero, al cuarto, debido a que su aporte se redujo en una tercera parte (6%). En relación a marzo de 2003, Chile aumentó su porción en más de 12 puntos porcentuales, lo que le permitió pasar del segundo al primer puesto entre los orígenes extranjeros. Otro de los países que mejoró su participación y avanzó en la escala fue Estados Unidos, que estaba quinto un año atrás y ahora ocupa el segundo puesto. Uruguay, por su parte, achicó notoriamente su aporte de 27% a 8%, ubicándose ahora en el tercer puesto, seguido de Brasil que redujo su porción a menos de la mitad de lo que tenía un año atrás.

Entre los visitantes residentes en el extranjero, los chilenos siguen siendo los más numerosos (29%) incluso con una participación superior al mes anterior. Entre los visitantes con residencia en Argentina, los provenientes de la provincia de Buenos Aires representan el 23%, seguidos de los santafesinos (14%).

GRÁFICO 21. TURISMO RECEPTIVO. VISITANTES POR LUGAR DE ORIGEN. CIUDAD DE BUENOS AIRES. MARZO DE 2003

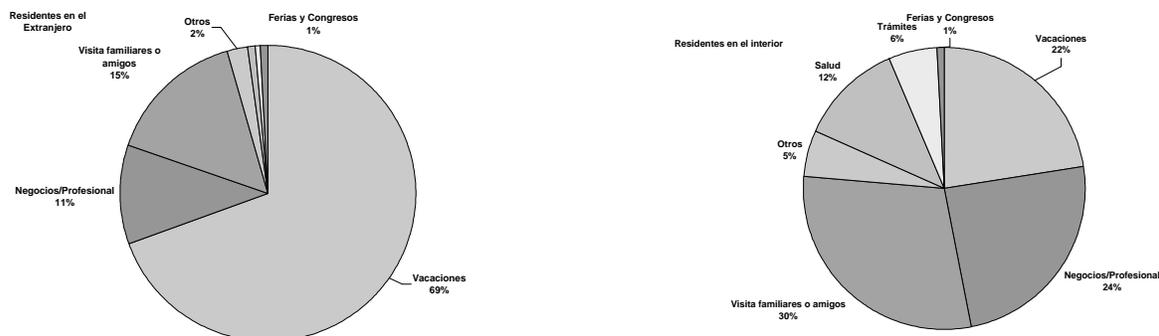


Fuente: PEIET, CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

De lo anterior se desprende que, nuevamente, cuatro orígenes extranjeros concentran más de la mitad de los ingresos de personas por turismo. Cabe destacar que Paraguay sigue creciendo, ubicándose en marzo en el quinto puesto (6%) y que tanto Perú como Ecuador siguen afirmándose como orígenes no-tradicionales de visitantes a la Ciudad (4,3% y 3,3% del total de ingresos respectivamente), con guarismos comparables a países europeos como España, Italia y Gran Bretaña.

En marzo, los motivos principales de viaje para los visitantes que provienen del interior fueron visita a familiares o amigos (27%), negocios (23%) y vacaciones (21%). Entre tanto, los principales motivos para los visitantes del extranjero estuvieron aún más concentrados: 69% por vacaciones, 15% en visita a familiares y amigos y 11% por negocios.

GRÁFICO 22. TURISMO RECEPTIVO. MOTIVO DE VIAJE. CIUDAD DE BUENOS AIRES. MARZO DE 2003



Fuente: PEIET, CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

En comparación con marzo de 2002, el orden de importancia de los motivos principales para los visitantes residentes en el interior se alteró: mientras las vacaciones ocupaba el primer lugar con 29%, seguido de visita a familiares y amigos (22%) y negocios (15%), en marzo de 2003, la visita a familiares y amigos fue la más frecuente (27%), seguida de negocios (23%) y vacaciones (21%). Estos cambios se explican por la distorsión generada por la presencia de los feriados de Semana Santa en marzo de 2002 y su ausencia en el mismo período de 2003.

En el caso de los residentes en el extranjero, el orden de importancia de los motivos de viaje se mantuvo (primero vacaciones, seguido de visita a familiares y amigos y en tercer lugar negocios), aunque se achicó la brecha entre el primer y segundo puesto, por una disminución en el motivo vacaciones (a 55%) y un aumento del motivo visita a familiares y amigos (a 25%). El motivo negocios, se redujo a menos de la mitad del año anterior (a 4%). También aquí el cambio de mes que en que cayó la Semana Santa afecta los resultados, aunque su efecto es menor porque la incidencia de este período sobre el turismo del extranjero también es más reducida.

En el caso de los residentes del interior del país, el primer alojamiento siguió siendo la casa de familiares o amigos (62%), seguida de hoteles (26%). Mientras tanto, 60% de los residentes en el extranjero se alojó en hoteles y otro 22% en casa de familiares o amigos. En una comparación interanual, tanto los residentes argentinos como los extranjeros mantuvieron sus preferencias, incluso con similares guarismos.

En marzo, la estadía promedio se ha mantenido en los niveles del mes de febrero tanto para los residentes argentinos como para los extranjeros: 8 días, para los primeros y 7 días para los segundos. Respecto de marzo de 2002, se observa una extensión en la estadía tanto de los residentes en la Argentina (de 6 a 8 días) como de los residentes en el extranjero (de 6 a 7 días), lo que resulta muy positivo, ya que potencia el impacto económico turístico. Se recuerda que la evolución de la estadía media señala hasta enero un crecimiento -desde septiembre para los argentinos y desde diciembre para los extranjeros- con un descenso en febrero y permanencia en los niveles durante el mes de marzo.

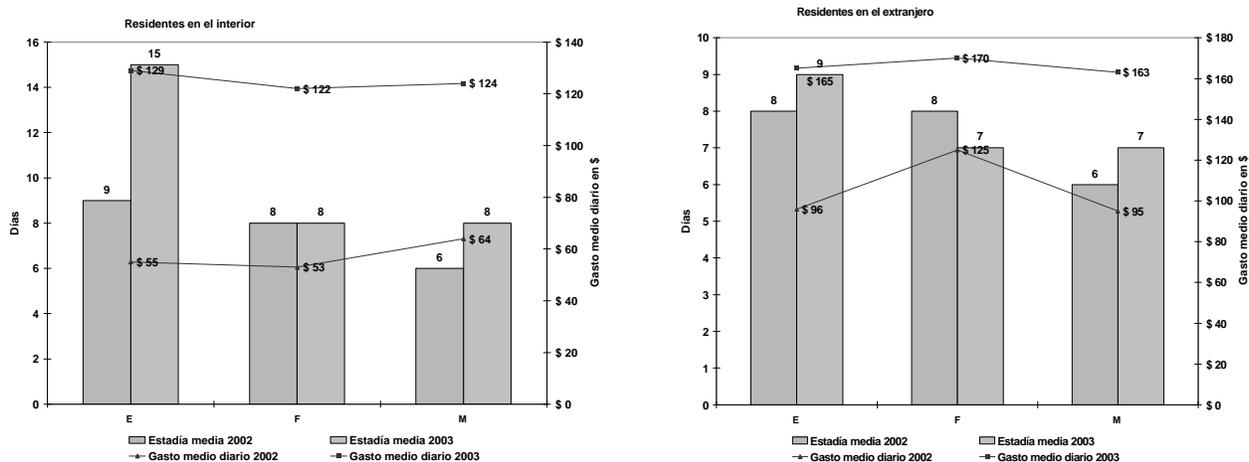
El gasto medio diario también aumentó interanualmente para ambos casos. Mientras el de los residentes argentinos creció en marzo en más de 90% respecto del mismo período de 2002, hasta ubicarse en \$124, el de los extranjeros aumentó 72% en el mismo lapso, colocándose en \$163. En el primer trimestre, el incremento acumulado fue de 118% en el caso de los argentinos y 58% en el de los extranjeros. Si la comparación interanual se realiza en pesos ajustados a diciembre de 2001, el incremento del gasto medio diario de los residentes en el interior es de 47% y el de los residentes en el extranjero de 30%, es decir

que aún en términos ajustados al poder adquisitivo anterior a la devaluación, se evidenció un crecimiento en el gasto medio diario de los visitantes¹⁶.

En comparación con febrero, el gasto medio diario de los argentinos prácticamente se mantuvo, pero el de los extranjeros cayó 4%. Esto indicaría que los extranjeros no han compensado hasta el momento la baja en la cotización del dólar con un mayor gasto en divisas, sino que ante esa situación optan por reducir sus compras desembolsando una cantidad más o menos constante de dólares. Esta disminución intermensual compensa el incremento de febrero, trayendo los valores a los del primer mes del año. Cabe recordar que la trayectoria del gasto medio había sido creciente desde noviembre para los visitantes del interior y desde diciembre para los del exterior.

En marzo de 2003, al incremento interanual en la estadía media se suma un aumento en el gasto medio diario, tanto para los residentes en el interior del país (94%) como para los extranjeros (72%). En una comparación con febrero, la estadía media se mantuvo en todos los casos y el gasto promedio sólo cambió para los residentes en el extranjero, decreciendo 4%.

GRÁFICO 23. TURISMO RECEPTIVO. GASTO MEDIO Y ESTADÍA MEDIA. RESIDENTES DEL INTERIOR Y RESIDENTES DEL EXTRANJERO. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 2002 Y 2003

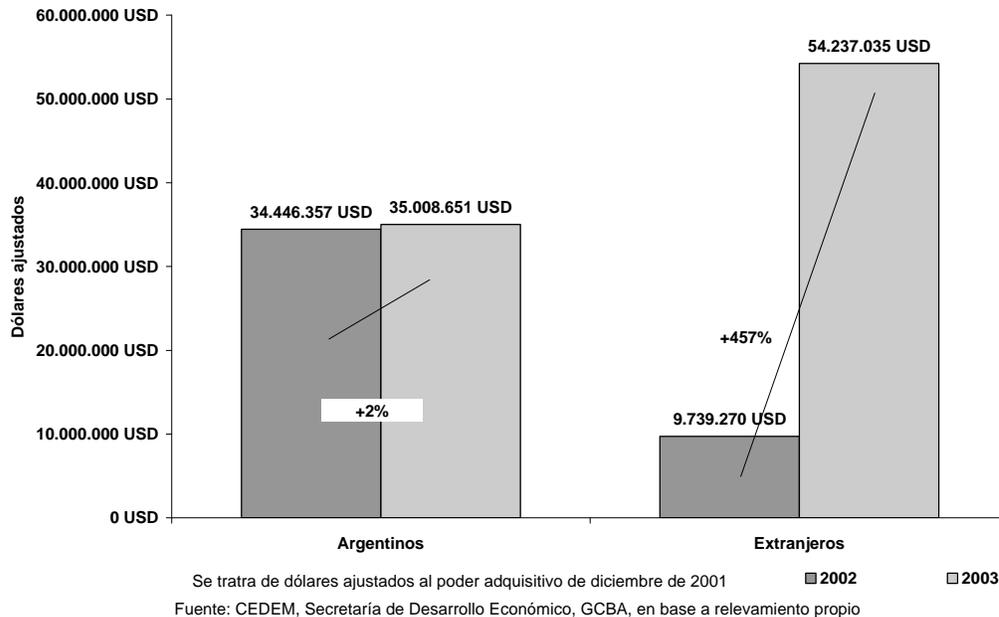


Fuente: PEIET, CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

El aumento en el gasto medio diario a valores constantes respecto de marzo de 2002, tanto de los residentes en el extranjero como en el interior, sumado a un alargamiento de la estadía media de los argentinos, determinaron un aumento en el gasto total desembolsado por los visitantes en la Ciudad de Buenos Aires, de 241% en pesos corrientes y de 166% en dólares corrientes. Se estima que durante el mes de marzo, la Ciudad de Buenos Aires obtuvo ingresos por \$396.142.244, equivalentes a U\$S 128.839.316: 40% de estos ingresos corresponden al turismo del interior y el restante 60% al turismo del extranjero. En valores ajustados a diciembre de 2001 se produjo un incremento en el gasto global de 159% en pesos y de 102% en dólares.

¹⁶ El ajuste se realizó deflactando el gasto medio en pesos por el IPC a valores de diciembre de 2001.

GRÁFICO 24. TURISMO RECEPTIVO. GASTO AJUSTADO POR ORIGEN. CIUDAD DE BUENOS AIRES. MARZO DE 2002-2003.



En el primer trimestre de este año, los turistas gastaron en la Ciudad \$ 1.185.482.610, equivalentes a U\$S 374.203.049, que representan un incremento interanual en valores constantes de diciembre de 2001, de 168% en pesos y de 38% en dólares. Vale la pena destacar que el incremento en el gasto global de los residentes en el extranjero, medido en dólares de poder adquisitivo constante fue aún más pronunciado (184%), medido en dólares constantes.

En enero, dato más reciente en lo que respecta a la ocupación de plazas hoteleras de hoteles de 1 a 5 estrellas y *aparts* en la Ciudad de Buenos Aires, de acuerdo con datos provisorios de la Dirección General de Estadística y Censos del GCBA, la tasa media de 40,7%. Las más altas correspondieron a los hoteles de 4 estrellas (48%) y 5 estrellas (44%) y la más baja, a los de 1 estrella (16%). Por su parte, los hoteles de 3 estrellas registraron 37% de ocupación, los de 2 estrellas 32% y los *aparts* 41%. Respecto de diciembre, la tasa de ocupación se redujo para todas las categorías analizadas, con excepción de los establecimientos de 2 estrellas (crecieron 13%), con una media de 10% de reducción intermensual.

De acuerdo con el mismo relevamiento, las tarifas cayeron intermensualmente en enero en promedio 2% (\$111), con disminuciones generalizadas, salvo en el caso de los establecimientos de 1 y 2 estrellas (15% y 7% respectivamente). Las disminuciones más importantes se produjeron en los hoteles de 3 estrellas (10%), seguidos de los *aparts* (5%). Las disminuciones en las categorías 4 y 5 estrellas fueron más moderadas, inferiores a 2%. Las tarifas promedio en enero fueron: \$ 253 para los establecimientos 5 estrellas, \$85 para los de 4 estrellas, \$56 para los de 3 estrellas, \$42 para los de 2 estrellas, \$44 para los de 1 estrella y \$98 para los *aparts*.

Cruceros

En la temporada 2002-2003 de Cruceros, arribaron al Puerto de Buenos Aires 47 naves, con un total de 69.000 personas a bordo. Si bien se trata de un 5% menos de pasajeros que en la temporada anterior, la extensión de la estadía media de 1,6 días a 2,1 días y el incremento en el gasto medio diario en pesos en 70% redundaron en una duplicación prácticamente del gasto total desembolsado en la Ciudad de Buenos Aires, equivalente a \$40M. Esta magnitud se redimensiona al considerar que la cantidad de naves se redujo en esta temporada como consecuencia de la inseguridad local percibida por los agentes de viajes en los meses anteriores. Vale la pena aclarar que los itinerarios de viaje se proyectan con alrededor de un

año de anticipación y la coyuntura política y social de los primeros meses de 2002, de por sí caótica, fue potenciada por informes, crónicas e imágenes difundidas por los medios de comunicación. Resulta previsible, por lo tanto, que en los próximos meses se produzca un crecimiento importante de esta modalidad de viaje.

El origen de los visitantes estuvo concentrado en Estados Unidos y Canadá (35%). Entre las actividades más frecuentemente realizadas por los cruceristas se encuentran los tradicionales *city tour* y noche de tango. El crecimiento interanual en los paseos no contratados pone de manifiesto la existencia de un mercado potencial para los agentes de viajes de turismo receptivo. Por otra parte, entre las compras más repetidas se encuentran *souvenirs* y artículos con alto contenido de diseño, como ropa y artículos de cuero.

En los resultados de la encuesta *ad hoc* que se efectúa a los cruceristas hay muchos datos alentadores: 1) un incremento importante en la estadía media de los turistas en la Ciudad de Buenos Aires, que significa mayores consumos en bienes y servicios; 2) la consolidación de la Ciudad de Buenos Aires como un lugar de interés para los viajeros en sí mismo (incluso entre los pasajeros de cruceros que valoran especialmente la vida "a bordo"); y 3) un aumento en el gasto medio diario de los visitantes.

Otro dato importante es que se espera que el inicio de la próxima temporada de cruceros se adelante a octubre, posibilitando un arribo mayor de personas. De acuerdo con información de la Organización Mundial de Turismo, las rutas sudamericanas de cruceros representan sólo el 1,4% del total mundial, pero se espera que esta porción crezca en vistas de que se generen ofertas para los viajeros de cruceros "experimentados" que busquen nuevas propuestas, y que los conflictos en Medio Oriente provoquen una sustitución de destinos. Dentro de esta región, la Ciudad de Buenos Aires podría ganar un lugar privilegiado, sobretodo si se tiene en cuenta que de los 37 cruceros que arribaron a la terminal portuaria porteña, 15 iniciaron o finalizaron en ella su recorrido.

A diferencia de los cruceros que recorren el Caribe o el Mediterráneo, las naves que recorren las costas sudamericanas son preferidas por personas mayores de 46 años. De todas maneras, hay una tendencia marcada a la disminución de la edad media de los cruceristas que deja un potencial a explotar en la Ciudad, dado que en la actualidad casi las tres cuartas partes de estos turistas son mayores de 46 años.

Festival Internacional de Tango

De acuerdo con el operativo especial efectuado por el PEIET durante el Festival Internacional de Tango 2003 (desarrollado entre el 1 y el 9 de Marzo de 2003), en el que se encuestó a visitantes a la Ciudad de Buenos Aires que asistieron a las actividades programadas en las sedes del Festival (Centro Cultural General San Martín, Teatro Colón, Teatro de la Ribera, Teatro Metropolitan, Teatro Regio), el 67% de los visitantes fueron residentes extranjeros; 19% europeos, 11% brasileros, 7% norteamericanos y otro 4% colombianos. Cabe destacar que el motivo principal de viaje del 38% de los visitantes extranjeros entrevistados fue la asistencia al Festival, lo que señala la importancia del evento como factor de atracción en sí mismo. En lo que respecta a la edad de los asistentes, el 44% se trató de jóvenes de entre 18 y 30 años.

El gasto medio de los visitantes extranjeros que asistieron al Festival fue de \$ 279 por día por persona. Comparado con el gasto medio de marzo (\$163) para todos los visitantes extranjeros, éste ha sido significativamente superior (71%).

Asimismo, se observó una estadía media de los visitantes extranjeros muy superior a la registrada en los últimos meses. Los visitantes extranjeros asistentes al Festival permanecieron en la Ciudad 14 noches en promedio. En esta prolongación de la estadía incidió la duración del Festival, de 9 días. El alojamiento más frecuente fue la casa de familiares para los argentinos (57%) y los hoteles para los residentes en el extranjero (57%).

Respecto a las compras realizadas por los residentes del extranjero que asistieron al Festival, hubo una alta preferencia en la adquisición de productos vinculados con el tango, lo que se corresponde con la alta participación del motivo Asistencia al Festival: el 68% compró discos, el 60% *souvenirs*, el 54% zapatos de tango y el 46% Libros.

Entre las actividades más frecuentes de los visitantes que asistieron al Festival, estuvo la visita a museos (59%), las excursiones contratadas (50%) y el tradicional *city tour* (32%).

Semana Santa

Durante Semana Santa llegaron a la Ciudad de Buenos Aires un total de 463.502 visitantes, 35% más que en los mismos feriados del año anterior (el incremento en los visitantes se compone de 27% más de residentes en la Argentina y de 53% más de residentes en el extranjero). El 36% de los visitantes fueron residentes del extranjero, provenientes en su mayoría de Uruguay, Chile y Brasil. El resto, llegó del interior del país, más de un tercio de la provincia de Buenos Aires, 7% de Córdoba y 7% de Santa Fe.

El gasto medio diario de los residentes en el extranjero fue de \$180, mientras que el de los residentes en Argentina fue de \$104. Esto significa un incremento del gasto medio diario de los residentes en la Argentina de 97% respecto de la Semana Santa de 2002 del año anterior y de 69% para los del extranjero.

En términos agregados, se produjo en esos cuatro días un desembolso total de \$245M, la mitad correspondiente a residentes en el extranjero. Esto implica un incremento de 60% en el gasto agregado respecto de la Semana Santa anterior.

Cabe destacar que la opinión de los visitantes extranjeros que fueron encuestados en Semana Santa sobre las características de la Ciudad es en general altamente positiva, especialmente en lo que atención se refiere, oferta cultural, servicios turísticos y seguridad.

2.7. INDUSTRIAS CULTURALES

En este apartado, se presentará la evolución reciente de los mercados del libro, la música y el cine en el país.

Mientras el mercado de la música tuvo un desempeño favorable en ventas durante el mes de marzo, el del cine tuvo una caída de 13% en la cantidad de espectadores respecto del mismo período del año anterior. No obstante, tanto los asistentes a las salas de exhibición como la recaudación tuvieron un incremento respecto de febrero (5,3% y 2,7% respectivamente). En lo que se refiere a la producción de libros, si bien hubo un repunte en la edición de títulos (34,6%), se verificó una disminución paralela en los ejemplares (59%) por una caída en las tiradas medias (a alrededor de 2.000 ejemplares).

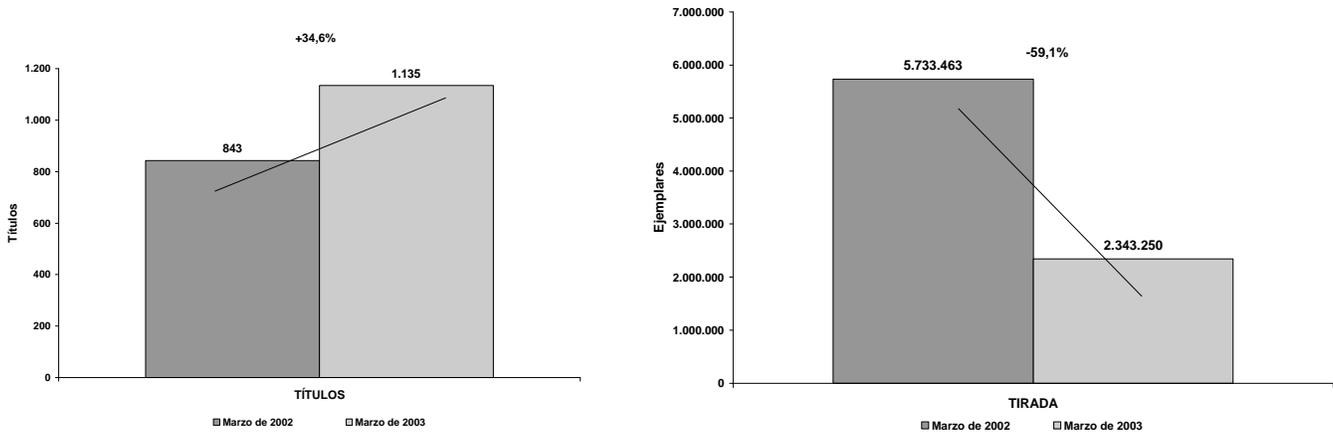
En los subsectores de la música y del cine, el trimestre concluye con aumento en las variables analizadas: crecen las ventas de música en unidades y en importes; y aumenta la cantidad de espectadores al cine. En el caso del libro, los resultados son menos homogéneos: aumentó significativamente la cantidad de títulos editados, pero hubo una caída importante en la tirada media, lo que redujo la cantidad de ejemplares totales.

2.7.1. LIBRO

En marzo de 2003, las principales variables que miden la evolución de la producción editorial en el país mostraron comportamientos claramente diferenciados – y en apariencia hasta contradictorios -, que estarían evidenciando algunas de las reacciones y mecanismos de adaptación que las editoriales han adoptado para enfrentar la depresión del mercado interno, la ausencia de crédito, y el aumento de los costos productivos y financieros, entre otros problemas que, si bien no son nuevos, se han profundizado desde la salida de la convertibilidad.

En marzo se editaron 1.135 títulos en todo el país, lo que significa una producción de 2.343.249 unidades. En términos de variación interanual, si bien hubo un incremento de 34,6% en la cantidad de títulos, ocurrió una caída paralela del número de ejemplares de 59,1%, por una disminución en la tirada media del 69,6% (2.065 ejemplares). Se trata de la primera caída interanual de ejemplares y tirada media desde diciembre de 2002.

GRÁFICO 25. LIBROS. TÍTULOS Y EJEMPLARES (EN MILES). COMPARACIÓN MARZO DE 2002/MARZO DE 2003. ARGENTINA.

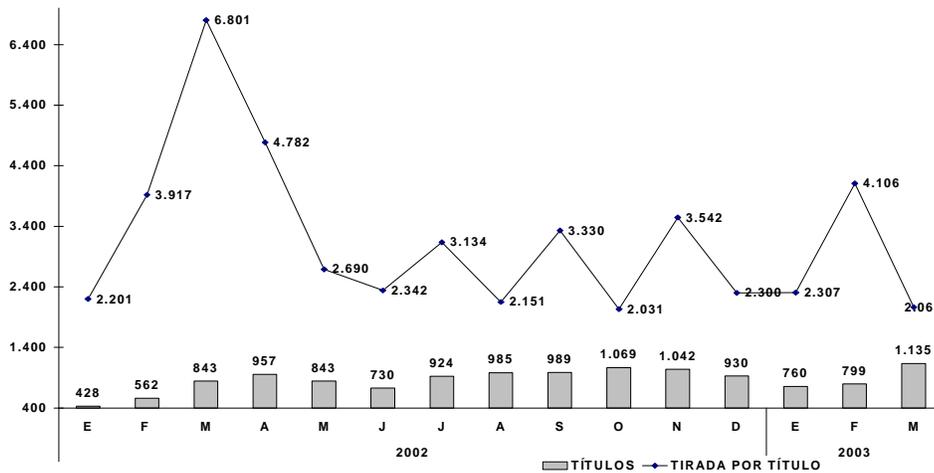


Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de la CAL.

Otro marcado contraste se observó entre la cantidad de títulos publicados en marzo pasado en concepto de novedades y reimpressiones. Mientras que las primeras continuaron con la tendencia fuertemente ascendente del primer bimestre -creciendo 39,3%- , en las segundas se produjo un marcado punto de inflexión, pasándose de un crecimiento de 520% en el primer bimestre, a un derrape de 15,3% en marzo, que arrojaron un saldo positivo para el primer trimestre de 138,6%.

Marzo es el primer mes del año en que se registra una disminución interanual en ejemplares como en tirada media. En el caso de las novedades, la caída interanual fue de 53% en unidades y aún mayor en tirada media, de 66,3%. En el caso de las reimpressiones, la caída en ejemplares fue aún mayor (79,5%) y también se verificó en títulos (-15,3%).

GRÁFICO 26. LIBROS. TÍTULOS Y TIRADA MEDIA. ARGENTINA. AÑOS 2002 Y 2003

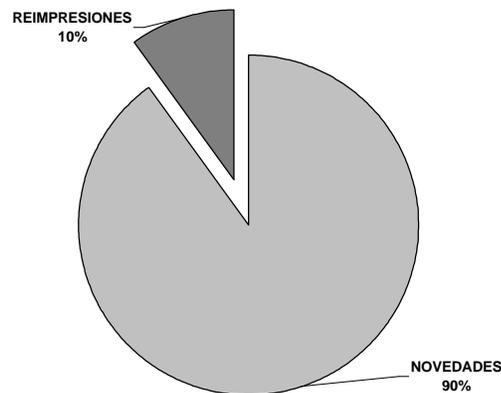


Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de Cámara Argentina del Libro

En el acumulado del primer trimestre de 2003, se editaron 2.694 títulos equivalentes a 7.377.009 ejemplares (2.738 ejemplares por título). Esto implica 47% más de títulos que en los primeros tres meses del año anterior, pero 16,9% menos de ejemplares. Así como el repunte en títulos se explica tanto por el comportamiento positivo de las novedades (41,6%), como de las reimpresiones (138,6%), análogamente, la disminución en ejemplares se produjo como consecuencia de caídas simultáneas en las variables mencionadas (-11,1% y -47,7% respectivamente). De todas maneras, como siempre sucede, el mayor aporte está dado por las novedades, que en el trimestre significaron 91,1% de los títulos y 90,1% del total de ejemplares. Cabe destacar que el signo negativo tanto de la variación interanual de los ejemplares (-17%) como de la tirada media (-43,5%) para el primer trimestre del año, se debe exclusivamente a la pobre *performance* del mes de marzo.

En marzo, los títulos se distribuyeron entre 90% para novedades y el resto para reimpresiones. Cabe aclarar que en el análisis de estos guarismos debe tomarse en consideración que mientras la inscripción de las primeras en el ISBN es obligatoria, en el caso de las reimpresiones no lo es. Como la inscripción tiene un costo, muchas de las reimpresiones no se registran, por lo que la porción de las reimpresiones tiende a estar subestimada.

GRÁFICO 27. LIBROS. DISTRIBUCIÓN DE TÍTULOS ENTRE NOVEDADES Y REIMPRESIONES. ARGENTINA. ACUMULADO I TRIMESTRE DE 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de Cámara Argentina del Libro

Los datos muestran que la industria editorial del libro no ha logrado superar la profunda crisis en la que quedó sumida desde el fin de la convertibilidad, cuando se agudizó la recesión iniciada en 1999. Sin embargo, al profundizarse el análisis de la información e incorporarse la opinión de informantes claves, los resultados pueden ser reinterpretados.

El aumento sostenido de los lanzamientos muestra que las editoriales están retomando niveles más acordes con la serie histórica. No solo en marzo se superaron los valores del primer bimestre del año; los registros (1.074 novedades) son superiores a los de cualquier mes de 2002. Una de las razones aducidas por fuentes del sector es que las editoriales de capital transnacional están editando títulos en Argentina que antes se producían en el exterior, debido a que los cambios en los costos favorecen su impresión local¹⁷. Además, durante el mes de abril se realiza la Tradicional Feria del Libro, que impulsa a las

¹⁷ Es el caso de la *Editorial Alfaguara* (Grupo Prisa, español), cuyos libros eran importados en su totalidad y desde hace unos meses se están editando e imprimiendo en el país.

editoriales a apurar el lanzamiento de las novedades para exhibirlas y promocionarlas en el marco del evento.

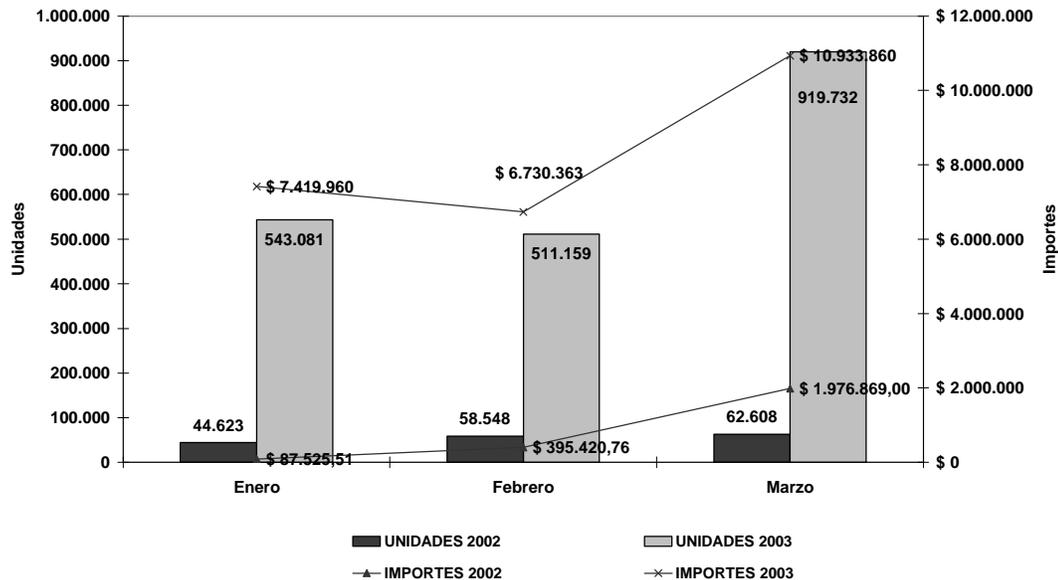
Pero debido a que el mercado continúa profundamente deprimido, las apuestas de las editoriales tienden a ser sumamente conservadoras, con lo cual la enorme mayoría de las ediciones se saca con el mínimo técnico de ejemplares que permite la viabilidad económica. Además, otras razones son la falta de capital de trabajo y financiamiento para costear una tirada mayor, y cierto faltante de papel debido a que este insumo prácticamente se ha dejado de importar y la producción local está teniendo dificultades para abastecer la demanda¹⁸.

Frente a las restricciones mencionadas, las editoriales han extremado los habituales recaudos en términos de la cantidad de ejemplares que imprimen. En el actual contexto crítico prefieren resignar las economías de escala que brindan las tiradas más numerosas, en aras de reducir el riesgo que implica el lanzamiento de un nuevo título. Esta estrategia contempla la reimpresión de aquéllas novedades que tienen una buena acogida por parte de los lectores, como se puede visualizar claramente en los datos correspondientes a los dos primeros meses del año, en los que la cantidad de reimpressiones y el volumen de las tiradas crecieron aceleradamente. En marzo, no obstante, volvieron a caer con respecto al año anterior. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las editoriales sólo tienen la obligación de registrar en el ISBN las novedades, no así las reimpressiones. Por lo que se estima que el subregistro de estas últimas es muy elevado.

2.7.2. MÚSICA

Durante el mes de marzo, se vendieron 919.732 unidades musicales, distribuidas entre CDs (93,4%), cassettes (5,2%) y otros soportes (1,4%). Estas ventas, equivalen a \$ 10.933.860, lo que arroja un valor medio por unidad de \$ 11,9.

GRÁFICO 28. MÚSICA. UNIDADES E IMPORTES VENDIDOS. ENERO-MARZO DE 2002 Y 2003. ARGENTINA.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico., GCBA, en base a datos de CAPIF.

Todas las variables anteriores tuvieron un significativo incremento interanual, fundamentalmente porque los meses de referencia de 2002 fueron inusualmente bajos.

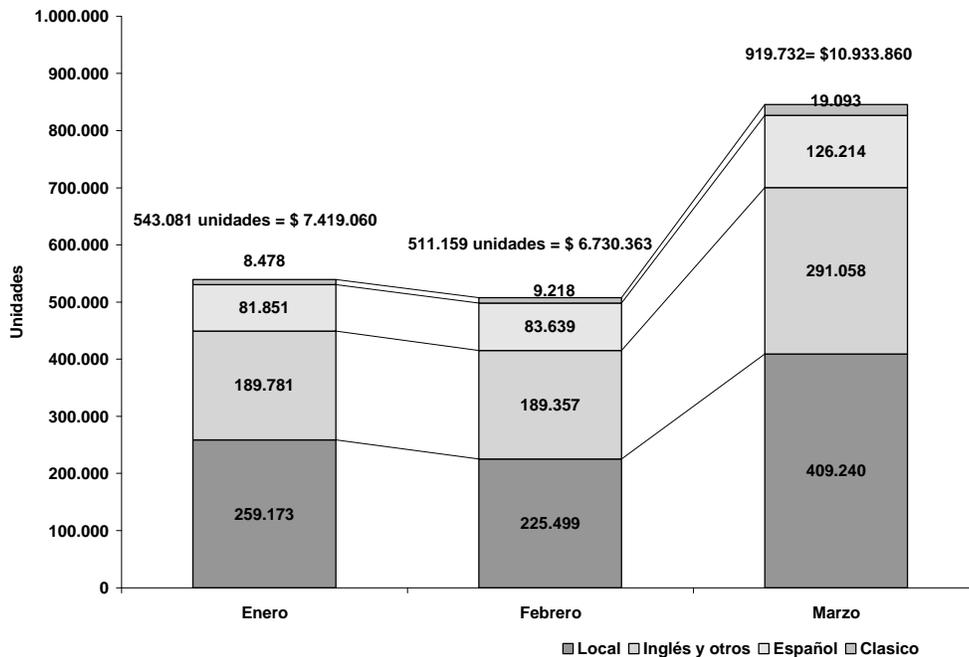
¹⁸ Según expresiones de la CAL, ya existen impresiones pautadas para el mes de mayo, debido a que no pudieron realizarse antes por la escasez de papel.

Tras la caída intermensual de las ventas en febrero (tanto en términos de unidades como de importes), hubo un crecimiento importante en marzo, de 80% en las unidades vendidas y de 63% en los importes, respectivamente.

La composición de las ventas de marzo según repertorio (en unidades), fue 48% para música local, 15% para música en español y 34% para inglés y otros idiomas. En marzo se revirtió la disminución en la participación de la música local en el total de unidades vendidas y el aumento simultáneo de la música en inglés y otros idiomas observado en febrero.

En el primer trimestre de 2003 se vendieron casi dos millones de copias, equivalentes a \$25 millones. En marzo, las ventas en unidades aumentaron 80% y en importes, 63%. En el primer trimestre, la participación del repertorio local en las ventas totales fue de 45,3%, valor cercano al promedio para el año 2002.

GRÁFICO 29. MÚSICA. VENTA EN UNIDADES POR REPERTORIO. ARGENTINA. ENERO-MARZO 2003



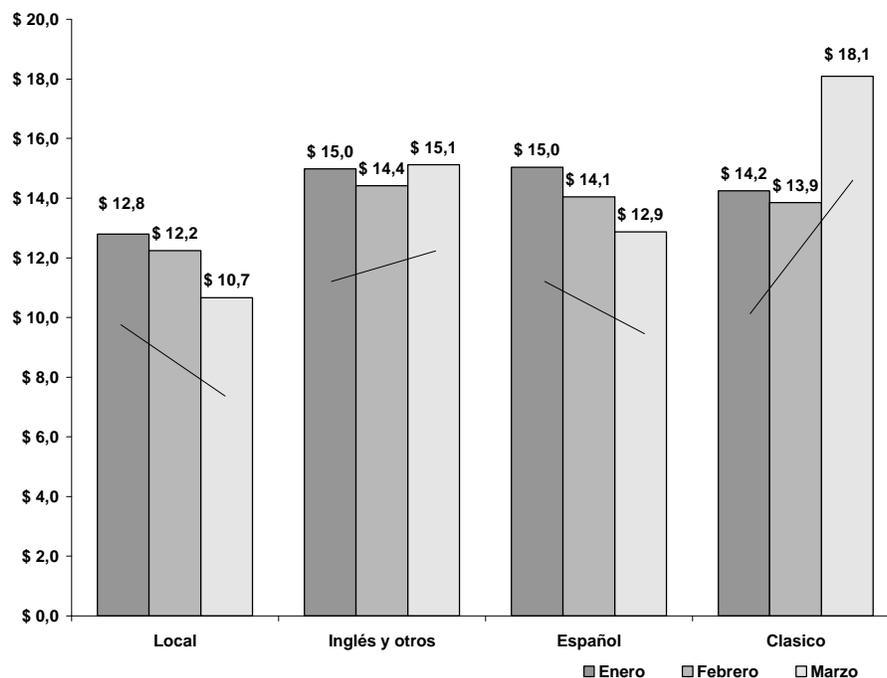
Fuente: CEDEM, Secretaria de Desarrollo Economico, en base a datos de CAPIF

En el acumulado del primer trimestre del año, se completó la venta de 1.973.972 unidades, equivalentes a \$ 25.084.183. A modo de referencia, estas ventas equivalen al 34% de las unidades comercializadas en el mercado interno en 2002 y 32% de los importes. Es decir que en el primer cuarto del año, se colocó un tercio de la música de todo el 2002. Más allá del buen augurio que estas estadísticas pueden significar, si la comparación se efectúa con respecto a 1998, último año de expansión del mercado de la música, en lo que va de 2003 se vendió sólo el 8% de las unidades y el 9% de los importes de entonces, lo que anualizado, no superaría un tercio de las ventas de 1998.

El precio medio en marzo, se redujo en 9,8%, básicamente por una caída en los valores correspondientes a los repertorios local y español (13% y 8,4% de disminución intermensual respectivamente) y un aumento en el precio de la música en inglés y otros idiomas y clásica (5% y 31%). En cambio, respecto del mismo mes del año anterior, hubo un incremento de 11,5% en el precio medio, por un crecimiento prácticamente desde todos los repertorios. En el acumulado del primer trimestre del año, el precio medio fue de \$12,7, es decir 69% más alto que en el mismo período de 2002.

En marzo se produjo una disminución intermensual en el precio medio de la música local y en español, con un aumento simultáneo en el correspondiente a música clásica y en inglés. Las variaciones negativas de los primeros dos repertorios (que representan en conjunto el 63% de las unidades vendidas) se agregan a las disminuciones del mes anterior.

GRÁFICO 30. MÚSICA. PRECIO MEDIO POR REPERTORIO. ARGENTINA. ENERO-MARZO 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, en base a datos de CAPIF

De los 20 discos más vendidos en marzo, de acuerdo con el ranking elaborado por la Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas, 7 corresponden a artistas locales. Otros 8 son de intérpretes en idioma extranjero y 5 en español.

En un análisis por compañía, la mayor concentración en los más vendidos, se produjo en *Universal*, con 7 títulos. El segundo lugar lo compartieron *EMI* y *Sony*, con 5 discos, seguidos por *BMG* con 4 y *Warner* con 3.

2.7.3. CINE

En marzo de 2003 se estrenaron en la Ciudad de Buenos Aires 11 filmes, todos de origen extranjero: 7 estadounidenses, 2 europeos, 1 en coproducción estadounidense-europea y 1 latinoamericano.

De las salas dedicadas a proyectar estos estrenos, 69% correspondieron a *shoppings*¹⁹ o complejos de cine²⁰; y sólo el 31% a salas tradicionales (17 salas).

El *Complejo Tita Merello* del INCAA, tuvo el primer estreno argentino del año en abril, con "El Alquimista Impaciente", una coproducción argentino-española.

En marzo de 2002, concurren a las salas unas 2.700.000 personas²¹, lo que representó un ingreso de taquilla de \$ 14M. En la comparación interanual, se produjo una caída de 13% en el público, que se suma

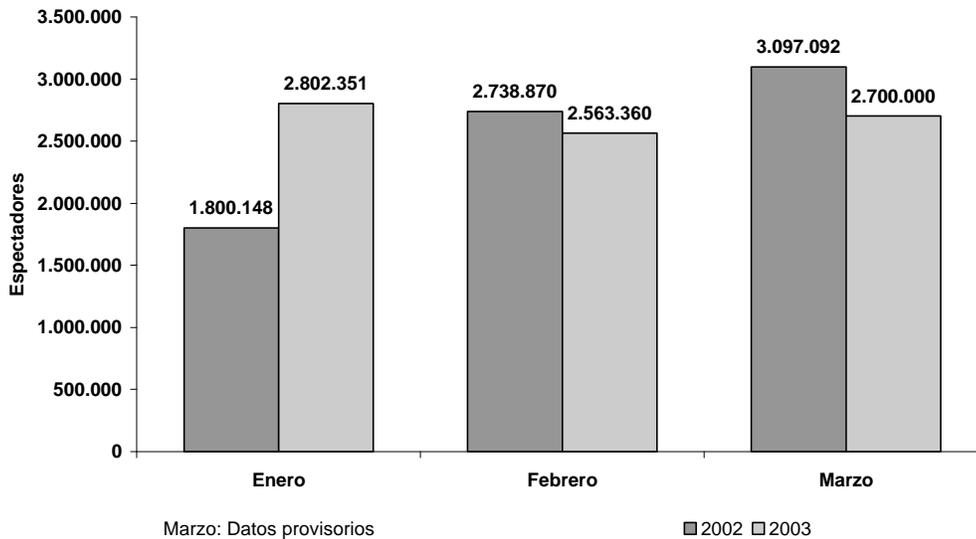
¹⁹ Hoyts Abasto, Patio Bullrich, Solar de la Abadía, Galerías Pacífico, Alto Palermo, Paseo Alcorta y Villa del Parque Shopping.

a la disminución de 6% del mes de febrero. Debe tomarse en consideración que en esta reducción interanual, estaría afectando la presencia en marzo de 2002 de los feriados de Semana Santa, que implican una mayor asistencia de público a las salas y están ausentes en el mismo período de 2003.

No obstante la reducción consecutiva en el número de asistentes a las salas, el trimestre cierra con un balance favorable en términos de espectadores (8.065.000 personas, equivalentes a una recaudación de \$ 42,2M), pues se verifica un incremento de 6% en relación a igual período del año anterior. El signo de esta variación indica que el crecimiento interanual de 56% en enero, más que compensó las disminuciones posteriores en los meses subsiguientes. Cabe destacar que a diferencia de lo que ocurrió con otros subsectores de la cultura, como la música, en el primer trimestre de 2002 el cine tuvo una *performance* razonable pues entonces los complejos ya habían lanzado estrategias promocionales que redujeron el valor medio de las entradas para retener espectadores.

En marzo se produjo una disminución de 13% en la cantidad de asistentes a las salas de cine. Pero debe tenerse en cuenta que la comparación se efectúa contra un mes del año anterior en el que se produjo el esperado estreno de "El Señor de los Anillos", una de las películas más taquilleras del año. Análogamente, el incremento en enero de 2003 se explica en parte por el estreno de la segunda parte de esta trilogía. El trimestre concluye con un incremento en casi 6% en la cantidad de espectadores.

GRÁFICO 31. CINE. ESPECTADORES. ENERO-MARZO DE 2002 Y 2003. ARGENTINA.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de INCAA

En lo que a producción se refiere, en lo transcurrido de 2003, BASet, la oficina de promoción de la Ciudad como *set* de filmación de cine, televisión y publicidad que funciona en la órbita de la Dirección General de Museos, facilitó la filmación de 7 largometrajes (todos argentinos), 11 programas de televisión (2 de ellos extranjeros), 7 comerciales (4 argentinos, 1 estadounidense, 1 mexicano y 1 francés) y 1 *videoclip* (para México). Esta oficina, centraliza la gestión de permisos para filmación en vía pública, corte de tránsito y/o establecimiento; filmación en espacios verdes; filmación en cementerios, hospitales, museos y otras locaciones públicas, manipulación de luminarias, fuentes, monumentos, etc. Debe destacarse que BASet todavía no es una estructura oficializada, por lo que no maneja fondos propios y aún es pequeña en términos de infraestructura y personal; sin embargo, a pesar de estas limitaciones, progresivamente cobra importancia su gestión en la Ciudad en paralelo con el auge de las producciones audiovisuales.

²⁰ Belgrano Multiplex, Showcase Belgrano, Cinemark 6 Caballito, Cinemark 10 Palermo, Cinemark 8 Puerto Madero y Village Recoleta.
²¹ Se estima que aproximadamente un tercio de los espectadores corresponde a la Ciudad de Buenos Aires, donde el mayor ingreso medio de sus habitantes y una oferta de exhibición más amplia hacen posible el mantenimiento de una mayor tasa de concurrencia a los cines.

Cada trámite comienza con la presentación de un formulario donde se requieren los datos del productor y del proyecto, que se ingresan al sistema informático de BASet. Los pedidos deben ser presentados en la sede de BASet, Defensa 1220, 4º piso. Teléfono: 4300-9215. Fax: 4307-3839. Mail: baset@buenosaires.gov.ar. Contactos: Mariano Fernández Bussy y Angeles Flax.

Por otra parte y de acuerdo con información de prensa al cierre de esta edición, la Embajada Argentina en Madrid con la Casa de América y el secretario de Estado para la Cooperación Internacional e Iberoamericana de España organizaron el Primer Encuentro de Productores Televisivos de ambos países en Madrid. De estas reuniones participan las productoras televisivas *Pol-ka* e *Ideas del Sur* y 70 productoras independientes españolas interesadas en adquirir contenidos televisivos argentinos, contratar servicios de producción y filmar publicidad en nuestro país. Las productoras argentinas exhiben en estas reuniones algunos cortos donde resumen sus actividades y principales éxitos, así como también presentan sus recursos profesionales y su equipamiento tecnológico. Este tipo de actividades puede apuntalar el perfil exportador que está intentando adoptar el país, en virtud de las ventajas que otorga la nueva paridad cambiaria y la calidad de los productores y técnicos locales, altamente concentrados en la Ciudad de Buenos Aires.

Entre el 16 y el 26 de abril se llevó a cabo el Festival Internacional de Cine Independiente en la Ciudad de Buenos Aires (BAFICI), lo que por un lado consolida el espacio que tiene la metrópoli para la convocatoria a este tipo de eventos y por otro, constituye un marco significativo para la exhibición de producción nacional. Los cines involucrados fueron el complejo *Hoyts General Cinema*, los cines *Cosmos*, *Lorca*, *Malba* y la sala *Leopoldo Lugones* del TMGSM. En el marco del Festival se realizaron competencias de largometrajes y de cortometrajes en las que intervinieron jurados internacionales, así como también estrenos de filmes y reestrenos, mesas redondas, presentaciones de libros, etc.

2.8. EXPORTACIONES DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Las exportaciones acumuladas para los 9 primeros meses de 2002 no han evidenciado un impacto positivo en el desempeño exportador de la Ciudad de Buenos Aires, a partir de la devaluación de la moneda doméstica acontecida en febrero de 2002. En efecto, la Ciudad exportó en ese período productos por un monto total de U\$S 132,47 M, mostrando una retracción interanual de 16,8%. A su vez, la mejora de los términos de intercambio provocada por la alteración cambiaria tampoco ha provocado un aumento en las exportaciones totales de la Argentina, que decrecieron 7,2% en el acumulado de los 9 primeros meses de 2002. Aunque dichas variaciones se corresponden con los efectos directos esperables a corto plazo tras una devaluación, a éstos se le sumaron las particularidades del escenario argentino durante ese período. Por otra parte, se observa que el desempeño exportador local se vio más afectado que el nacional y esto se debe a las diferentes estructuras y a cómo impactaron de manera desigual en cada rubro las nuevas condiciones macroeconómicas y cambiarias.

El primer semestre de 2002 estuvo signado por una alta inestabilidad en las condiciones económicas, vaivenes en la normativa y regulación de las operaciones comerciales y financieras, y cambios en la normativa y estructura impositiva que involucra al comercio exterior. Esto se evidenció en la caída interanual de 15,3% en las ventas al exterior realizadas desde la Ciudad de Buenos Aires. Si bien las condiciones macroeconómicas tendieron a estabilizarse en el tercer trimestre de 2002, en el mismo se observó una reducción de las exportaciones más significativa que el mal desempeño del primer semestre: las ventas cayeron un 20% con respecto al tercer trimestre de 2001. En este período, se registró una recomposición en las exportaciones de algunas manufacturas agropecuarias (carnes y despojos comestibles -18,2%- manufacturas de cuero -0,8%-), que en el primer semestre habían presentado una variación negativa. Y mostraron crecientes algunos sectores muy dinámicos de la Ciudad, comercializadores de productos químicos y farmacéuticos (en especial, medicamentos y compuestos de nitrógeno), que han sido los más dinámicos de los últimos años y se vieron impulsados aún más por las nuevas condiciones, creciendo en el acumulado de los 9 meses 10,2% y 9,2%, respectivamente. Sin embargo, los crecimientos de los productos mencionados no lograron contrarrestar los efectos en el acumulado de la depresión de ventas de los demás rubros. En particular, cayeron significativamente los montos de las manufacturas industriales asociadas con máquinas, aparatos eléctricos y sus partes (-74,3%), reactores, calderas y aparatos mecánicos (-37,8%), productos de la industria editorial y gráfica (-29,4%) así como las pieles y cueros (-30,7%). Estos sectores también evidenciaron retracciones en los montos exportados desde el total país. Cabe destacar que, aunque en montos poco significativos,

crecieron las prendas de vestir un 44,1%, que es un sector en la Ciudad con creciente importancia en lo productivo.²²

Las ventas al exterior de Manufacturas de origen agropecuario (MOA) y Manufacturas de origen industrial (MOI), que descendieron 27,1% y 16,3%, respectivamente, y así contribuyeron a explicar en 110,5% la retracción total. Si bien se presenta una evolución positiva muy importante en el rubro Combustibles y energía (491,2%), los montos asociados a este crecimiento no lograron contrarrestar en el agregado el efecto negativo de la caída de los rubros anteriormente mencionados, que han sido los más significativos de la estructura exportadora local.

Pese a las retracciones observadas, ha crecido la importancia relativa de las MOI en la estructura exportadora local (pasaron de representar el 78,3% del total en los primeros 9 meses de 2001, a 78,8% en el mismo período del año 2002). Es importante apreciar que con las nuevas condiciones productivas locales y el escenario cambiario, se ha observado un muy dinámico desempeño exportador en el rubro Combustibles y energía (491,2%). Este incremento de las ventas responde al aumento en la generación de energía de origen hidroeléctrico y al vuelco de un mayor volumen de producción de las centrales instaladas en la Ciudad de Buenos Aires hacia Uruguay. Así, creció la participación del rubro Combustibles y energía no sólo por los mayores montos exportados sino también por la retracción de los otros rubros. Las MOA fueron, entonces, las que perdieron relevancia en el total, al pasar de representar 21,3% en el período analizado para el año 2001, a 18,7% en los 9 meses de 2002.

Analizando la evolución de los principales capítulos arancelarios, durante los primeros 9 meses de 2002, se retrajeron 12,4% las ventas comprendidas en los 10 primeros rubros. Sin embargo, por la retracción generalizada en los demás rubros, los líderes aumentaron su participación en este período, pasando a representar 85,9% de las exportaciones totales de la Ciudad. En sintonía con lo mencionado anteriormente, se observa la incorporación entre los rubros líderes del capítulo 27 correspondiente a las exportaciones de Combustibles, aceites minerales y productos de su destilación. El crecimiento singular de este rubro desplazó de la canasta líder a las Preparaciones de carne, pescados y otros invertebrados acuáticos (capítulo 16), que se retrajeron 59% respecto a las ventas registradas en los primeros 9 meses de 2001. A su vez, entre los rubros que se mantuvieron en las primeras posiciones según el nivel de ventas al exterior, se presentaron algunas alteraciones en la posición relativa hacia el interior de esta cúpula.

La exportación de productos farmacéuticos siguió siendo primordial, explicando el 32,4% del total de ventas al exterior con un crecimiento de 9,2%. Como se observa en el Cuadro B-I-5, hacia el interior de este capítulo, el aumento responde a la suba de los montos exportados de "Medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos" (12,7%). Le sigue en importancia el capítulo que comprende los productos químicos, que crecieron 10,2% debido a la performance de las "Hormonas naturales o reproducidas por síntesis" (14,3%) y los "Compuestos químicos con heteroátomos de nitrógeno" (15,8%).

Entre los demás capítulos que mostraron una evolución positiva durante los primeros 9 meses de 2002, se encuentran las Manufacturas de cuero (0,8%), Carnes y despojos comestibles (18,2%) y los Combustibles ya comentados. El resto de los rubros de la canasta líder tuvieron un desempeño negativo. Se destaca la caída de ventas de Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes (-74,3%), que ha sido el capítulo con peor desempeño relativo entre los líderes. También resulta notable la disminución de las ventas de Pieles y cueros (-30,7%).

Respecto a la orientación de las ventas, durante el período analizado cayeron significativamente las exportaciones orientadas al Mercosur (-33%) no sólo a razón de la inestabilidad doméstica sino también por la crisis de los socios comerciales. En tal sentido, las ventas a Brasil –primer país destino de los productos porteños- cayeron 36,1%, a Uruguay 20,4% y a Paraguay 36,2%. La Unión Europea desplazó al Nafta como segunda zona económica destino. Su mejor posicionamiento respondió tanto a la retracción de 25,4% en la demanda de los países que integran el Nafta como al aumento de las colocaciones en los destinos europeos (55,5%), fundamentalmente a Alemania, cuya demanda de productos porteños creció 92,8%.

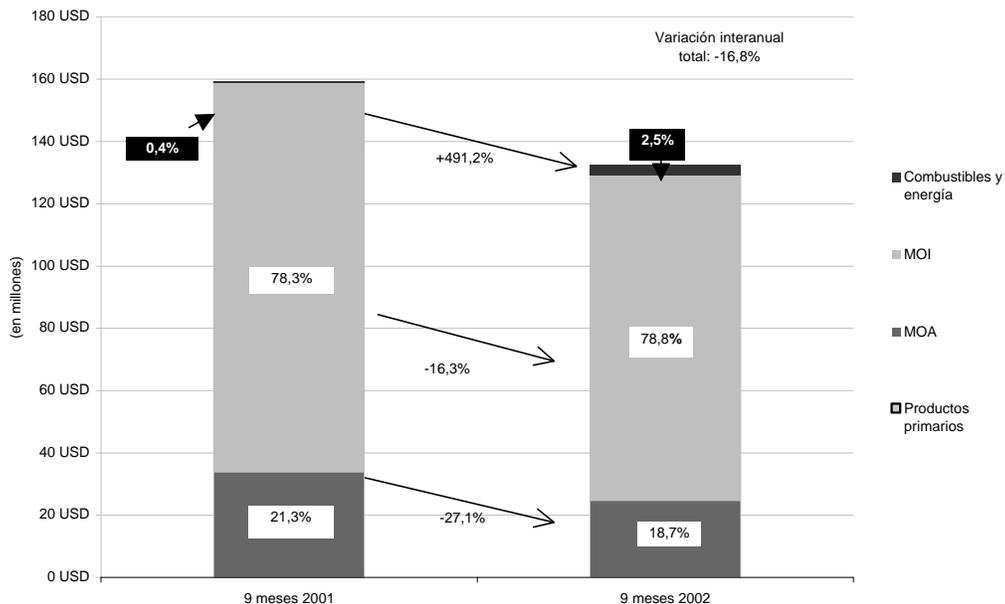
²² Cabe destacar que en el rubro de indumentaria, se ha observado el crecimiento de la exportación por franquicias entre marcas reconocidas en el mercado doméstico. Si bien esta modalidad se adapta más a la exportación de servicios, refiere a la competitividad y el reconocimiento internacional de ciertos productos argentinos, asociados al mundo de la moda y el diseño. De acuerdo a datos difundidos por medios gráficos (Clarín 25-09-2002), en este tipo de negocios se destacaron las marcas *Cheeky*, *Mimo y Co*, *Caro Cuore*. Asimismo, esta modalidad de exportación por franquicia parece extenderse a firmas del sector alimenticio.

Pese a la caída analizada, Brasil sigue siendo el principal destino de las ventas al exterior de la Ciudad, absorbiendo 23% de las mismas. En sintonía con su crecimiento como destino, Alemania se ubica en segundo lugar, absorbiendo U\$S 17,24 millones. Entre los productos más demandados por los alemanes se destacan las "Hormonas naturales o reproducidas por síntesis", cuyas ventas crecieron 67%, y las colocaciones de "Carnes de animales de la especie bovina frescas", que en este período se demandaron diez veces más que en los primeros 9 meses de 2001, alcanzando a exportarse por U\$S 3,4 millones a ese mercado. Pese a la caída agregada de las ventas a Estados Unidos (-14,2%) y Uruguay (-20,4%), estos países continúan ubicándose entre los primeros destinos de exportación. Se destacan las retracciones en las ventas de MOI hacia Estados Unidos, particularmente las "Hormonas" (-53,6%) y "Artículos de grifería y accesorios para tuberías" (-77,6%) hacia Estados Unidos, y de "Medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos", "Diarios y publicaciones periódicas..." y "Mezclas de sustancias odoríferas para uso industrial" hacia Uruguay.

Este análisis permite advertir que las potencialidades para revertir la tendencia negativa en el desempeño exportador de la Ciudad de Buenos Aires ante las nuevas condiciones cambiarias han de estar estrechamente vinculadas con la reactivación del sector industrial de la Ciudad, particularmente, de aquellos rubros que ya venían desfavorecidos y que en el nuevo escenario de mayor rentabilidad podrían producirse a mayor escala y exportarse. Esto implicaría ampliar el perfil productivo y exportador que se desarrolló en los '90, con la incorporación y desarrollo de los sectores retraídos. Tal sería el caso de las industrias textiles o de indumentaria (prendas de vestir de algodón, que crecieron pero no fueron significativas, y la indumentaria deportiva y los calzados, que siguieron declinando), como las vinculadas a la elaboración de máquinas, aparatos, piezas, accesorios o bienes de capital de tecnología media (ligados a la construcción y la electrónica). Si bien, como se observó, no se dio en el corto plazo una reactivación de ventas al exterior, un escenario de mayor estabilidad nacional en el 2003 y una política local activa de promoción pueden apoyar la recuperación productiva y alentar la oferta exportable de la Ciudad de Buenos Aires.

En este sentido, conviene destacar que la cotización del dólar tuvo su pico máximo en junio de 2002, que rondó los \$ 4 por dólar. A partir de entonces, la tendencia fue a la baja y durante el primer trimestre de 2003 se mantuvo relativamente estable en torno a los \$ 3. Asimismo, se han reabierto líneas de financiamiento a la exportación, algunas de ellas orientadas al sector PyME, en especial desde bancos públicos. Si bien el impacto de estas condiciones fue bajo a corto plazo, podría marcar un cambio en el desempeño futuro de los agentes locales para expandir sus negocios al exterior.

GRÁFICO 32. EXPORTACIONES DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. PRIMEROS NUEVE MESES DE 2002 / PRIMEROS NUEVE MESES DE 2003.



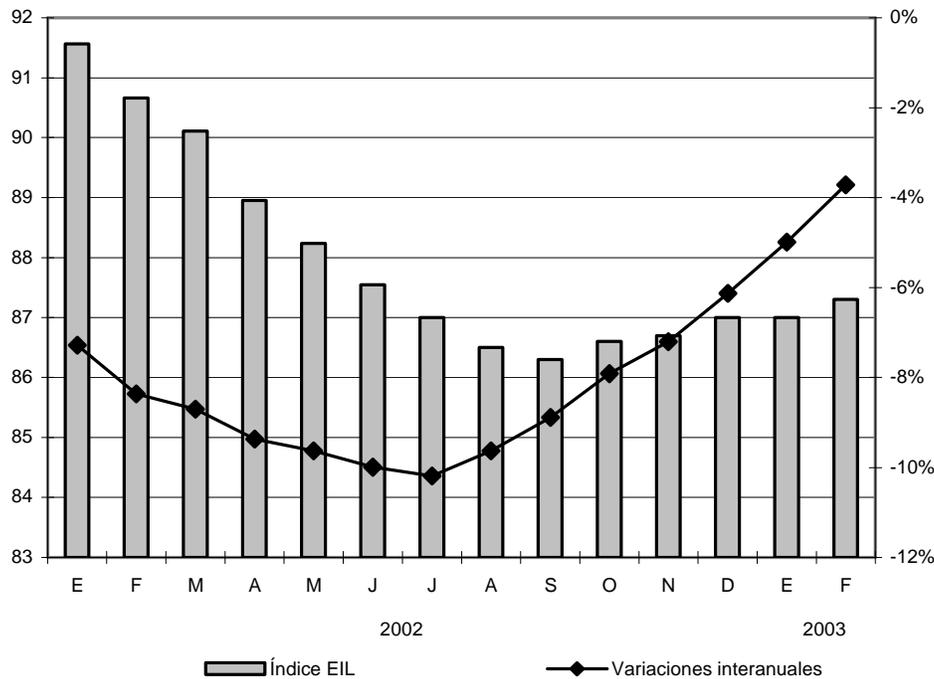
Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de INDEC

3. MERCADO LABORAL

En el mes de febrero de 2003, el empleo privado formal²³ en las empresas de 10 ocupados y más de la Ciudad de Buenos Aires registró una baja de 3,7% en la comparación con el mismo mes del año anterior y se elevó 0,3% con respecto al mes de enero de 2003. La variación interanual negativa extendió la desaceleración de la tendencia contractiva que se viene observando desde el mes de agosto de 2002. En tanto, la suba mensual reinicia la tendencia positiva que había encontrado freno en el mes de enero, cuando el nivel de empleo se había mantenido estable con relación a diciembre. El resultado interanual negativo coincide con la evolución verificada en el mismo período en Gran Buenos Aires (-3,4%), Gran Córdoba (-2,3%) y Gran Rosario (-1,4%) y difiere del alza registrada en Gran Mendoza (2,7%). Asimismo, el incremento mensual en la Ciudad se corresponde con las subas observadas en Gran Buenos Aires (0,1%), Gran Rosario (0,6%) y Gran Mendoza (1,2%), mientras que Gran Córdoba fue el único aglomerado que mostró una caída (-0,4%) con relación a enero de 2003.

En febrero de 2003 el empleo formal en la Ciudad de Buenos Aires tuvo un ligero incremento respecto del mes anterior. En tanto, se registró una variación interanual negativa algo inferior al 4%, la más baja desde el fin de la convertibilidad.

GRÁFICO 33. EMPLEO. EVOLUCIÓN DEL EMPLEO FORMAL Y DE LAS VARIACIONES INTERANUALES. BASE MAYO 2000=100. ENERO 2002 – FEBRERO 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de DGEyC

En el análisis por tamaño de empresa, se observa, con relación a febrero de 2002, una contracción generalizada en todos los estratos. El segmento más afectado resultó ser el de empresas de 50 a 199 ocupados, donde el empleo descendió 6,2%. En tanto, en las empresas de 10 a 49 ocupados el empleo cayó un 5,9% y en las más grandes, de más de 200 ocupados, la contracción fue de 1,4%.

²³ El empleo privado formal se mide a través de la Encuesta de Indicadores Laborales que es un relevamiento mensual realizado por la Dirección General de Estadísticas y Censos (GCBA) en conjunto con el Ministerio de Trabajo, Empleo y Formación de Recursos Humanos de la Nación. Mide la evolución del empleo privado formal de las empresas de 10 y más ocupados en la Ciudad de Buenos Aires, que están registradas en el Sistema Integrado de Jubilaciones y Pensiones, es decir, no incluye el trabajo "en negro".

De igual modo, el análisis por rama de actividad muestra también un desempeño contractivo generalizado para el mismo período. El derrape más importante se verificó en Construcción (-20,7%), al que le siguieron caídas en Electricidad, gas y agua (-11,3%) y en Comercio, restaurantes y hoteles (-5,1%).

4. SITUACIÓN FISCAL

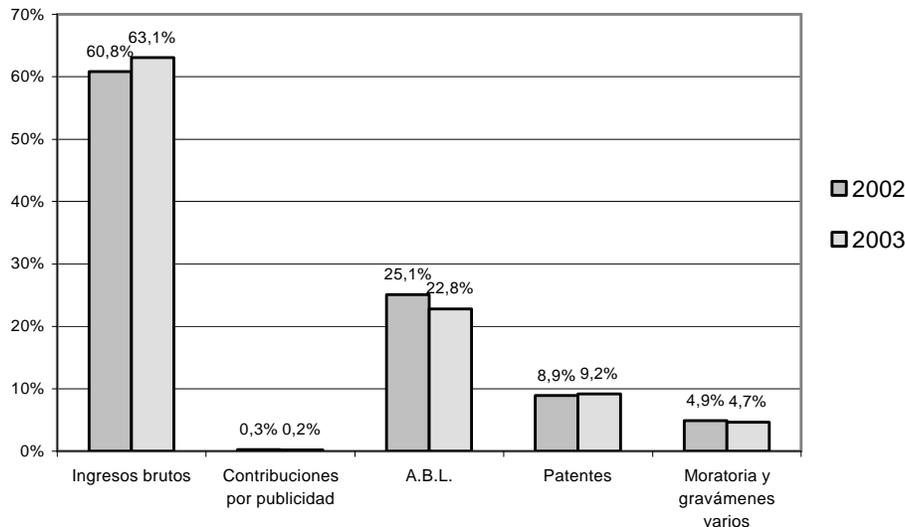
4.1. RECAUDACIÓN TRIBUTARIA

En el mes de marzo de 2003, se produjo un nuevo incremento (48,7%) en la recaudación impositiva de la Ciudad (\$ 249,4 M) con respecto al mismo mes de 2002. Esta variación positiva es la octava consecutiva luego de diecisiete meses de contracciones interanuales y se debió, como en las alzas anteriores, fundamentalmente a la incidencia del efecto inflacionario en el Impuesto sobre los Ingresos Brutos.

Asimismo, se observa que el incremento en la recaudación fue generalizado a todos los conceptos. Mientras en el Impuesto sobre los Ingresos Brutos se observó un alza de 58,5%, las restantes subas fueron de 61,2% en Moratoria y gravámenes varios, de 32,6% en Alumbrado, Barrido y Limpieza, de 25,7% en Contribuciones por publicidad y de 8,6% en Patentes.

Como resultado, en el primer trimestre el aumento en la recaudación fue de 44,1%, con subas significativas en los dos conceptos que más incidencia tienen: el Impuesto sobre los Ingresos Brutos (49,5%) y la tasa de Alumbrado, Barrido y Limpieza (30,8%).

GRÁFICO 34. RECAUDACIÓN IMPOSITIVA. COMPARACIÓN DE LAS PARTICIPACIONES DE LOS DISTINTOS CONCEPTOS EN LA RECAUDACIÓN TOTAL A VALORES CORRIENTES. CIUDAD DE BUENOS AIRES. AÑOS 2002 Y 2003



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de Secretaría de Hacienda y Finanzas

4.1.1. RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO SOBRE LOS INGRESOS BRUTOS

El total de lo recaudado en el mes de febrero por el Impuesto sobre los Ingresos Brutos (a precios corrientes) por rama de actividad muestra un comportamiento interanual positivo en la totalidad de los segmentos, con la única excepción de Establecimientos y servicios financieros y seguros (-1,3%). Las subas en el resto de las actividades se deben no sólo al efecto inflacionario, sino también al muy bajo

nivel de recaudación registrado en febrero de 2002. De estos incrementos, los más significativos a nivel global resultaron ser los verificados en Industria manufacturera (164,8%), Comercio al por mayor (158,8%) y Bienes inmuebles y servicios profesionales (53,1%).

Asimismo, en el análisis del primer bimestre de 2003, se observa un comportamiento positivo en la totalidad de las ramas, exceptuando a Comunicaciones (-12,5%) y Establecimientos y servicios financieros y seguros (-0,9%). Las más importantes subas a nivel agregado se verifican en Industria manufacturera (122%), Comercio al por mayor (122%) y Comercio al por menor, hoteles y restaurantes (61,1%).

5. GESTIÓN DEL GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Se implementó el Programa "Remedios porteños" con descuentos de 40% en medicamentos para pacientes de hospitales de la Ciudad de Buenos Aires

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires ha implementado, a partir del 15 de abril, el Programa "Remedios Porteños", mediante el cual los pacientes que se atienden en el sistema público de salud dependiente del Gobierno de la Ciudad reciben un 40% de descuento en el precio de los medicamentos que les son recetados. Esta medida fue posible gracias a un convenio celebrado entre el Gobierno de la Ciudad y el Colegio de Farmacéuticos de la Capital Federal.

En una primera etapa habrá 250 farmacias adheridas al programa. Los pacientes sólo deberán presentar en la farmacia la receta emitida y completar los datos que les soliciten. El listado de farmacias adheridas estará disponible en los hospitales públicos y centros de gestión y participación. Las farmacias tendrán un adhesivo que facilite su identificación. Dado el número de farmacias adheridas, se garantiza que habrá varias en cada barrio de la Ciudad.

El sistema consta de un listado con 150 medicamentos esenciales cuyos precios se ajustarán al descuento y que cubren alrededor del 90% de las enfermedades atendidas en los consultorios del sistema de salud público. El listado incluye 3.500 presentaciones comerciales entre antihipertensivos, antibióticos, analgésicos, antidiarreicos, antiespasmódicos, antiácidos, antidepresivos, antiasmáticos y otros.

La rebaja se realiza sobre el precio de las tres marcas más baratas de la oferta existente en el mercado. En caso de no estar disponible alguna de esas marcas, el paciente pagará como máximo el 50% del precio de referencia establecido en el listado de productos ofertados. Si el paciente opta por comprar un medicamento más caro tendrá un descuento del 30% sobre el precio de venta al público.

Cabe destacar que el sistema público de salud de la Ciudad incluye 33 hospitales, 33 centros de salud y atención comunitaria, 16 centros médicos barriales, 2 centros de salud mental, 2 centros de salud odontológica, 265 consultorios del programa Médicos de Cabecera y 25 de Odontólogos de Cabecera. Durante el año 2002 se registraron casi 9 millones de consultas, un 8% más que en el 2001, y la tendencia indica que para este año la demanda hospitalaria continuará creciendo.

El Banco Ciudad de Buenos Aires continúa con la devolución anticipada de depósitos reprogramados

A partir del 8 de abril, y continuando con la política de devolución anticipada de depósitos reprogramados (CEDROS) iniciada en junio de 2002, el Banco Ciudad comenzó a reintegrar a sus clientes los saldos de depósitos de hasta \$100.000, mediante su acreditación en una cuenta a la vista. Este procedimiento se llevó a cabo durante los siguientes 10 días hábiles posteriores a la fecha mencionada, para abarcar a toda la cartera de clientes interesados en optar por este sistema. Asimismo, los depósitos reprogramados mayores a \$100.000 se rigen de acuerdo a lo establecido por el Decreto 739 del 28/03/2003, y serán reintegrados a los clientes en depósitos a plazo fijo a 120 días.

En el caso de los depósitos constituidos en dólares, la entidad anunció que los titulares recibirán un bono por el diferencial entre el valor del depósito pesificado no vencido, ajustado por el índice CER y el que surja de aplicar el dólar de referencia, establecido en \$ 2,9792.

Para mayor información sobre estas modalidades, se puede consultar telefónicamente al 0800-222-0400.

Nuevo sistema de atención a Pymes del Banco Ciudad de Buenos Aires

El Banco Ciudad de Buenos Aires organizó un nuevo sistema de atención para las pymes a los efectos de optimizar el contacto con ellas y el diseño de líneas crediticias orientadas a este sector.

A partir de marzo de este año, además de los encuentros mensuales que se llevaban a cabo en la Casa Matriz del Banco, en Florida y Sarmiento, se realizan encuentros con empresarios representativos del accionar productivo de los barrios de Nuñez, Flores, Pompeya y Caballito. La idea prioritaria de estos encuentros es la de conocer las inquietudes de los pequeños y medianos empresarios de la Ciudad y acercar al banco público las necesidades concretas de los mismos.

De los encuentros ya participaron unos 300 empresarios que plantearon diferentes necesidades, generándose a partir de ellas nuevas líneas de crédito con condiciones alcanzables por este segmento empresario. En este sentido, se lanzaron las líneas orientadas a la adquisición de bienes de capital y mejoramiento tecnológico, que se suman a las que existen desde noviembre de 2002 tales como préstamos para capital de trabajo, prefinanciación de exportaciones, créditos para cooperativas de trabajo y microempresas. Asimismo, se avanzó en requerimientos de los empresarios tales como el mejoramiento en la atención al cliente, el acortamiento de plazos de cheques y valores al cobro, así como menores requisitos para armar una carpeta de crédito.

De acuerdo a los datos difundidos por la entidad, hasta mediados de abril se encontraban acordados 90 créditos por un total de \$ 60 millones, encontrándose otras 30 empresas para ser asistidas en los próximos días. Los principales rubros favorecidos por las líneas de crédito son alimentos, textil, química, plástico, comercio y servicios.

Negociaciones con el Banco Interamericano de Desarrollo para invertir en las obras de subterráneos porteños

En la última semana del mes de marzo, el Jefe de Gobierno porteño, Dr. Aníbal Ibarra, viajó a Milán para negociar un crédito con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) por U\$S 150 millones, para terminar con las obras de la línea H de subterráneos de la Ciudad.

Este préstamo había sido previsto en el plan de inversiones y estaba a punto de ser aprobado en diciembre de 2001. Pero la crisis política y económica suscitada provocaron la suspensión de todas las instancias de negociación. Durante el año 2002, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires tuvo que afrontar las renegociaciones de la deuda pública emitida con el bono Tango. Recién en el 2003, con las cuentas públicas reorganizadas y estabilizadas, los funcionarios porteños reactivaron las negociaciones con el BID para avanzar en la tramitación del crédito.

Cabe destacar que durante todo el período mencionado, la Ciudad sostuvo sus obligaciones de pago con este organismo por el crédito de U\$S 30 millones que fue otorgado a los efectos de ser destinado a la remodelación de la ex Casa Cuna.

Se estipuló en \$ 0,50 el peaje de la Autopista Illia

A través del Decreto 261/2003, el Jefe de Gobierno, Dr. Aníbal Ibarra, vetó el proyecto de ley 1016 que había sido aprobado por la Legislatura porteña y que disponía la gratuidad de la Autopista Illia. El proyecto había sido impulsado por el Vicepresidente de la Legislatura porteña, Cristian Caram, una vez que la Autopista Illia pasó a ser administrada por Autopistas Urbanas S.A. (AUSA, una empresa del Gobierno de la Ciudad) tras haberse revocado la concesión de la misma a Covimet S.A. por irregularidades e incumplimientos contractuales.

Entre las razones que motivan el veto, el decreto indica que "las autopistas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires son utilizadas mayoritariamente por clientes cuyos viajes no se originan en la misma Ciudad sino que provienen del área metropolitana, toda vez que son utilizadas como vías de vinculación y acceso rápido entre la Provincia de Buenos Aires y esta Ciudad, de manera tal que su uso está fuertemente concentrado en vehículos ajenos a la jurisdicción". Al establecerse la gratuidad de la autopista, los gastos que la misma ocasiona y las inversiones necesarias para su funcionamiento deberían ser afrontadas por el estado porteño, lo que implica que son solventados por la totalidad de los contribuyentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que lleva a una flagrante violación de la justicia distributiva, en la medida que el Poder Ejecutivo entiende que "una transferencia como la descripta no sólo implicaría un perjuicio directo para los contribuyentes de la Ciudad, sino que constituiría un traspaso de los recursos del Estado

de los sectores más humildes a aquellos que poseen bienes de considerable valor relativo, subsidiando tal condición”.

Asimismo, se destaca que los gastos y costos mensuales de la autopista, según el informe técnico efectuado por Autopistas Urbanas S.A. de fecha 26 de marzo de 2003, ascienden a \$ 326.980 a los que deberían sumarse los gastos por mantenimiento de las calles distribuidoras que integran la Autopista concesionada y el incremento de gastos para mantenimiento que podría provocar el mayor uso de la Autopista por su abaratamiento.

A partir de lo dispuesto por este Decreto, el peaje a cobrar sería estipulado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y la empresa A.U.S.A. En tal sentido, la cifra consensuada ha sido de \$0,50.

6. SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Prórroga en la presentación de proyectos para Capital PyMEs 2003: Subsidios para capital de trabajo

La Dirección General de Industria y Comercio extendió el plazo para la presentación de proyectos para el Concurso Capital PyMEs 2003, hasta el día 25 de abril.

A través de este concurso, se entregarán subsidios por un monto total de \$1.460.000. Cabe recordar las condiciones establecidas para la participación en este concurso:

Las empresas interesadas presentan proyectos que contemplan, entre sus objetivos, la sustitución de importaciones y/o el inicio de la actividad exportadora o el incremento de las exportaciones ya existentes.

Pueden participar todas aquellas empresas que desarrollen actividades productivas -correspondientes a los sectores de la industria manufacturera y el desarrollo de software- en el territorio de la Ciudad de Buenos Aires y que se encuadren dentro de la clasificación de PyME que se deriva de la Resolución SEPyME N° 24/2001 y sus modificatorias.

Deben ser empresas legalmente constituidas, que puedan acreditar fehacientemente haber tenido funcionamiento real, como mínimo durante los últimos 24 meses, y dar cumplimiento a los requisitos establecidos en los Formularios de Presentación de Proyectos que obran a los efectos del Concurso.

El subsidio total por proyecto tendrá un límite máximo de \$ 20.000, dentro de los cuales el componente destinado a financiar el gasto en personal propio o contratado no podrá exceder el 30% del costo total del proyecto. En el caso particular de empresas de software puede computarse el 100% por este concepto. El monto total del subsidio no podrá superar el 50% del valor total del proyecto. El resto deberá ser aportado por la empresa beneficiaria, para lo cual podrá computar los montos correspondientes a inversiones físicas, inversiones en bienes intangibles, desarrollo de canales de exportación, entre otros.

Para la selección de los proyectos a subsidiar, se privilegiarán aquellos con mayor potencial en la generación de valor agregado, creación de puestos de trabajo e incremento de las exportaciones. La duración del proyecto debe ser estimada en un número de meses (con un máximo de 6 meses), contados a partir de su inicio efectivo hasta su finalización.

Para más información, se puede visitar el portal www.mercadoba.gov.ar, llamar a la Dirección General de Industria y Comercio al 4323-9833 o escribir a dqind@buenosaires.gov.ar.

Lanzamientos de Línea de Créditos Para MiPyMEs Al 10%

A través de la Dirección General de Industria y Comercio, la Secretaría de Desarrollo Económico ha dispuesto una nueva línea de créditos orientada a asistir financieramente a las micro, pequeñas y medianas empresas de la Ciudad de Buenos Aires. La misma consiste en préstamos de hasta \$50.000 a tasa de interés subsidiada del 10% anual fija, para PyMEs y empresas unipersonales que se dediquen a actividades industriales, comerciales y de servicios. Para el año 2003, la Dirección General de Industria y Comercio dispone de \$15.000.000 para otorgar en éste tipo de créditos en pesos.

Los proyectos deben estar orientados a la elaboración de productos con mayor contenido de valor agregado, sustitución de importaciones o tener potencial exportador. Las empresas interesadas deben presentar los proyectos que requieran financiar y que contemplen, entre sus objetivos, el incremento de la capacidad productiva, la reestructuración y reconversión empresarial, la recomposición del capital de trabajo, la adquisición de maquinarias y equipos, la compra de inmuebles para la localización de la producción y/u otras inversiones que permitan la mejora de procesos, productos, innovación tecnológica y rediseño de la unidad productiva.

Podrán participar de este programa todas aquellas empresas interesadas que desarrollen actividades en los sectores de la industria, el comercio o los servicios en el territorio de la Ciudad de Buenos Aires y que se encuadren dentro de la clasificación de empresas de la Resolución Nro. 24/2001 de la SEPyME y sus modificatorias. También serán considerados proyectos provenientes de empresas en formación legalmente constituidas a la fecha de presentación del proyecto.

Al igual que en el programa de subsidios mencionado anteriormente, se privilegiará el financiamiento de aquellos proyectos con mayor potencial de generación de valor agregado, creación de puestos de trabajo,

sustitución de importaciones e incremento de exportaciones. La duración del proyecto debe ser estimada en un plazo no mayor a 6 meses de ejecución.

El monto máximo de los préstamos será de \$50.000 y no podrán superar el 70% del valor total del proyecto. El resto será aportado por la empresa beneficiaria, para lo cual podrá computar los montos correspondientes a inversiones físicas, en bienes intangibles, desarrollo de canales de exportación, entre otros. Dentro del límite máximo de \$ 50.000 por proyecto, el componente destinado a financiar el gasto en personal propio o contratado no podrá exceder las siguientes participaciones relativas en el monto total de los proyectos: empresas industriales, 30%; empresas comerciales, 40%; empresas de servicios, 50%; y empresas desarrolladoras de software, 100%. La tasa de interés será del 10% anual fija. Para el cálculo de las cuotas se empleará el sistema francés. Los fondos deberán ser devueltos en 12 meses, para el caso de los préstamos para capital de trabajo, 24 meses, los préstamos para bienes intangibles, y en 36 meses, para los préstamos para bienes de capital.

Para mayor información sobre esta línea de crédito y los formularios requeridos, se puede consultar en el portal www.mercadoba.gov.ar, llamar al 4323-9833 o escribir a dqind@buenosaires.gov.ar.

Primera Misión Comercial a Perú

La Dirección General de Industria y Comercio abrió la convocatoria para pequeñas y medianas empresas de la Ciudad que deseen participar de la Primera Misión Comercial a la ciudad de Lima (Perú), a realizarse del 16 al 19 de julio de 2003. La convocatoria está orientada a todas las firmas interesadas en ampliar sus exportaciones a ese mercado, y especialmente a las empresas de los sectores alimentación, Autopartes, informática, software, marroquinería y calzado, plásticos, química, textiles (lencería y ropa para bebés y niños), turismo, librería y equipamiento hospitalario. Cabe destacar que el mercado peruano resulta atractivo para los productores argentinos, contando con una población de 26 millones y un producto bruto interno de U\$S 54.000 millones. Asimismo, en el 2002, Perú exportó U\$S 7.688 millones y demandó importaciones por un valor de U\$S 7.426 millones.

Siguiendo la metodología implementada para misiones anteriores, las firmas recibirán charlas preparatorias e informativas sobre las características del mercado peruano, la operatoria comercial y el tratamiento arancelario de cada uno de sus productos, así como los aspectos culturales e idiosincrásicos que resulten de utilidad para el éxito de las reuniones. A fin de garantizar el éxito de la misión comercial, se estableció un cupo de participantes y el cierre de la inscripción para el día 25 de abril, con el objeto de elaborar y coordinar la agenda de reuniones.

Para más información, se puede consultar a misionescomerciales@buenosaires.gov.ar o llamar al 4323-9833.

Se realizó el IV Encuentro de Exportadores Argentinos

La Dirección General de Industria y Comercio del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, junto a Argentina Exporta, ha realizado el IV Encuentro de Exportadores, el día 25 de marzo, en el Auditorio del Banco Ciudad de Buenos Aires.

El evento contó con la asistencia de 250 empresarios inscriptos. Se realizaron actividades durante toda la jornada y se trataron varios temas orientados a las pymes interesadas en desarrollar sus exportaciones, a través de la participación de destacados especialistas, funcionarios y empresarios experimentados en el comercio exterior. Se trabajó, en particular, sobre la formación de grupos asociativos, herramientas de financiamiento, comercio electrónico, y aspectos relevantes de logística, transporte, negociación internacional. Asimismo, algunos empresarios integrantes de la Red de Exportadores expusieron los adelantos de dicha iniciativa.

Se inauguró el Festival ModaBA 2003

El 7 de marzo se inauguró la primer edición del Festival de Moda "modaBA". En este evento participaron, con diversas actividades, Buenos Aires Moda, MabyN, BAFWeek, Buenos Aires Alta Moda, INTI-CIT Planeta Moda, Diseño Argentino, Wella, TN & Platex, Facif, Boutique Nómade, Cañitas Creativa, Cómodecirte design, Tendencias Urbanas, Programa Nacional de Diseño, Centro de Apoyo a la Microempresa, FADU-UBA, ORT; UADE; La Fundación, CAEM, Escuela Argentina de Moda, Centro Comercial de Av. Córdoba, Circuito de Cuero Murillo, locales de Palermo Viejo, entre otros comercios e instituciones.

El Festival tuvo lugar durante los meses de marzo y abril. Con la colaboración de distintos organismos públicos y privados ligados al sector, se desarrolló una nutrida agenda de actividades, tales como presentaciones de colecciones, eventos de lanzamiento, promociones comerciales y exposiciones, 4 ferias y 5 desfiles, además de 26 charlas y seminarios de discusión y capacitación, abordando temáticas de diseño.

El objetivo de este evento ha sido el de convertir a la Ciudad de Buenos Aires en la Capital Latinoamericana de la Moda. En este sentido, el escenario post devaluación planteó nuevas perspectivas de reactivación en este sector. La revitalización del turismo y la demanda asociada, sumada a la reducción evidente de la competencia de productos importados, son factores que han de influir positivamente en la reconstitución del tejido productivo de la Ciudad. En este sentido, este Festival cobra importancia por la relevancia de las actividades productivas vinculadas con la indumentaria y la moda en la Ciudad de Buenos Aires, que se caracteriza por la alta calidad final de los productos y la creatividad de los diseñadores locales. A su vez, con una facturación anual cercana a \$ 4.700 millones, un valor agregado de \$ 2.200 millones y una ocupación de 20.000 personas, este sector participa en el 4,2% de la facturación total de las actividades económicas desarrolladas en la Ciudad, el 3,3% del valor agregado generado y el 5,4% del empleo.

Presentación del programa de Estadísticas e Impacto Económico del Turismo en la Ciudad de Buenos Aires y Balance de Semana Santa

El 22 de abril de 2003, el Secretario de Desarrollo Económico, Lic. Eduardo Hecker, presentó oficialmente el *Programa de Estadísticas e Impacto Económico del Turismo* (PEIET). Las actividades que engloba este programa se han realizado desde el año 2001, en el marco de las actividades del Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM), con el apoyo y en forma conjunta con la Dirección General de Desarrollo y Promoción Turística del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

El objetivo del PEIET es la elaboración, compilación y análisis de información estadística y estudios sobre el Turismo Receptivo en la Ciudad de Buenos Aires. Para ello, cuenta con un equipo de profesionales especializados en la materia, encuestadores para la realización de trabajos de campo y el apoyo técnico de los recursos humanos de la Dirección General de Desarrollo y Promoción Turística.

Durante la primera etapa de trabajo, se ha mejorado la información estadística existente, a través de la realización de encuestas y relevamientos propios y la formulación de convenios de cooperación con diversos organismos afines, así como se avanzó en el desarrollo de indicadores de coyuntura del sector turístico en la Ciudad y de herramientas para el análisis del impacto de la actividad turística. Las diversas acciones encaradas se orientan a la elaboración, en el mediano plazo, de la *Cuenta Satélite de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires*, herramienta estadística fundamental para la planificación de políticas en la materia. Asimismo, se ha trabajado específicamente en el estudio de las características del Turismo Interno y de nuevas modalidades de arribos de Turismo Internacional, como por ejemplo los cruceros, y de los productos turísticos de alto grado de preferencia, como el Tango. Cabe destacar la realización de Encuestas en Bocas de Salida de la Ciudad de Buenos Aires (Aeroparque Metropolitano Jorge Newbery, Aeropuerto Internacional de Ezeiza, Puerto de Buenos Aires y Terminal de Ómnibus de Retiro), en Hoteles, Tanguerías y Milongas, así como también de los relevamientos que realiza habitualmente la Dirección General de Desarrollo y Promoción Turística en diversos ámbitos de interés turístico (Locales de Gastronomía, Comercios, Museos y Centros Culturales, Ferias y Congresos, etc.)

A su vez, en el marco de la presentación oficial de este programa, se dieron a conocer las cifras del balance de lo ocurrido en materia turística en la Ciudad durante la Semana Santa 2003. Al respecto, se informó que un total de 463.502 turistas, entre nacionales y extranjeros, arribaron a la Ciudad de Buenos Aires durante la Semana Santa. Esto indica un incremento del 35% respecto de lo acontecido en la celebración del año anterior. (el detalle se presenta en la sección turismo).

La justicia ordenó a los bancos suspender el cobro de cargos no pactados con sus clientes

La Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor inició causas judiciales contra los principales bancos que operan en Argentina por el cobro de cargos a los clientes presuntamente no convenidos. Estas causas han tenido un curso favorable. En efecto, la justicia prohibió a los bancos Sudameris y Galicia el cobro de ítems que aparecen en los resúmenes de cuenta y que no habrían sido pactados con sus clientes. Ambas entidades bancarias deberán suspender el cobro de los gastos por *gestión de cobranza* y cargo por *reserva de fondos*, ya que no hay gestión a esos efectos y según el magistrado *“también estarían contemplados en las tasas de interés que se perciben por atraso en cada resumen”*, por lo que resultaría una doble imposición.

Las medidas cautelares emanadas de los juzgados en lo comercial N° 3, 5, 9 y 16 alcanzan hasta el mes de abril de 2003 a 5 de los principales bancos que operan en nuestro país: Lloyds, HSBC, Citibank, Galicia y Sudameris. En lo sucesivo, se esperan nuevos fallos por las acciones judiciales de tipo colectivo iniciadas contra 9 entidades: Bank Boston, Banco Río, Banco Francés, Banca Nazionale del Lavoro y las arriba mencionadas, luego de constatar en actuaciones de oficio, una presunta violación a la ley N° 25.065 de emisión de tarjetas de crédito y la ley N° 24.240 de Defensa del Consumidor.

Cabe destacar que los contratos de emisión de tarjetas de crédito son, en general, de renovación automática, por lo que si el banco decide agregar alguna cláusula nueva y no lo comunica, el usuario no se entera. En este sentido esa acción representaría una modificación unilateral del contrato que estaría en infracción con la ley de defensa del consumidor, la que prohíbe dicha conducta. Por esto, el consumidor, al no haber firmado la conformidad, no está obligado a pagar esos cargos. Según el artículo 6° inc. H de la ley N° 25.065 que regula las tarjetas de crédito, el contrato debe contener el tipo y monto de todos los cargos. Además, los bancos, al no comunicar a sus clientes el cambio de las cláusulas en la "renovación automática" de los contratos, están violando un derecho constitucional: el de recibir información veraz y eficaz.

Estas medidas cautelares favorecen sólo a los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires, ya que ésta es la jurisdicción de la demandante, si bien se espera que las entidades bancarias acaten la medida a nivel nacional. La respuesta de los bancos ha sido dispar: por un lado el Lloyds Bank apeló la medida cautelar, si bien acató la orden de notificación incluida en el mismo fallo (notificará a sus clientes mediante una nota que llegará con los resúmenes de cuenta). El Galicia comunicó que ya no cobra esos cargos desde el mes de diciembre, mientras que el HSBC, el Citibank, y el Sudameris, no han informado que medidas tomarán.

Seguimiento de precios minoristas de pescado en distintos canales de comercialización de la Ciudad de Buenos Aires

Como se comentó en la sección Comercio minorista de este informe, la Dirección General de Industria y Comercio del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires realizó durante los meses de marzo y abril, en las vísperas de la semana santa, un seguimiento de los precios minoristas de distintas variedades de pescados distribuidos a través de distintos puntos de venta de la Ciudad (súper e hipermercados, pescaderías y Ferias Itinerantes de Abastecimiento Barrial –FIAB-)

Motivó el relevamiento la intención de que los consumidores de la Ciudad dispongan de información que les permitiese hacer un gasto más eficiente en la compra de alimentos asociados a la celebración de Pascuas. Asimismo, el informe difundido permitió a los comerciantes del rubro en la Ciudad disponer de información sobre cómo se desenvuelven sus competidores con relación a la fijación de precios al consumidor.

En virtud de los datos recopilados, pudo observarse que las variaciones registradas en los precios de los productos relevados, entre la segunda semana de marzo y la segunda semana de abril, fueron poco significativas en la mayoría de los casos, y pueden ser adjudicadas a cuestiones estacionales (durante la Semana Santa se incrementa la demanda de pescado). En las FIAB, se registraron importantes aumentos debido a que estas ferias eran las que venían vendiendo estos productos a precios muy inferiores a los de la competencia. No obstante lo cual, se constataron los precios más bajos del mercado en estas Ferias, respecto a las ofertas registradas en los hipermercados y las pescaderías. Las diferencias de precios son significativas, ya que van de 8,5% (para el caso de la merluza entera) a 49% (para el lenguado entero).

2.1.1 Actividad industrial

Venta de producción propia* e ingreso por producción**. Valores constantes. Período 2001-2002. Base octubre 2001=100. Ciudad de Buenos Aires.

Período	Venta de producción propia								Ingreso por producción
	Total	Alimentos, bebidas y tabaco	Textiles y confecciones	Papel e imprenta	Prod. químicos exc. medic. de uso humano	Medicamentos de uso humano	Prod. metálicos, maquinarias y equipos	Otras industrias manufactureras	
2001									
Diciembre	90,6	102,9	69,2	98,3	92,7	82,0	81,2	76,0	89,9
2002									
Enero	75,7	84,3	53,0	61,5	82,3	94,2	55,2	49,4	75,1
Febrero	73,0	78,8	60,3	60,9	93,5	74,8	44,2	48,5	72,9
Marzo	79,0	74,2	69,2	81,5	100,2	76,0	57,3	50,6	78,2
Abril	79,1	61,0	82,0	75,8	95,3	83,7	73,0	55,8	78,1
Mayo	86,2	66,9	93,4	69,8	104,2	96,0	82,5	55,2	85,3
Junio	74,3	61,1	81,5	70,4	86,0	72,1	73,1	50,2	73,7
Julio	82,8	65,5	92,9	79,2	94,0	82,8	81,3	60,0	81,6
Agosto	79,1	69,1	89,4	80,5	86,3	71,3	79,5	56,8	78,2
Septiembre	80,1	67,4	99,3	74,0	91,6	72,3	78,6	65,0	79,2
Octubre	86,0	73,9	102,6	80,1	95,1	80,9	91,2	56,9	85,3
Noviembre	81,0	76,6	95,9	81,2	79,4	77,2	87,1	61,0	80,5
Diciembre	94,1	90,2	102,0	98,3	103,0	73,0	97,0	72,4	93,0

* Se trata de la venta devengada por el local durante el mes de referencia de los bienes elaborados en el local o mandados a elaborar por terceros, con materia prima propia del local a precio de venta en fábrica. Este dato no incluye IVA, impuestos a los combustibles, ni impuestos internos, pero sí incluye el valor de los subsidios que eventualmente pudieran tener.

** Incluye la suma de las variables: venta de bienes producidos con materia prima propia, trabajos industriales realizados para terceros y reparaciones de maquinarias y equipos que pertenecen a terceros.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de la DGEyC.

2.1.2 Actividad industrial

Venta de producción propia* e ingreso por producción**. Valores corrientes. Período 2001-2002. Base octubre 2001=100. Ciudad de Buenos Aires.

Período	Venta de producción propia								Ingreso por producción
	Total	Alimentos, bebidas y tabaco	Textiles y confecciones	Papel e imprenta	Prod. químicos exc. medic. de uso humano	Medicamentos de uso humano	Prod. metálicos, maquinarias y equipos	Otras industrias manufactureras	
2001									
Diciembre	90,0	103,6	69,0	98,3	90,0	81,4	80,9	74,5	89,3
2002									
Enero	77,6	88,2	54,7	61,1	82,7	96,5	58,5	50,5	77,1
Febrero	83,4	89,5	66,6	69,7	105,7	89,0	51,8	53,6	83,3
Marzo	100,4	95,7	86,9	98,4	125,3	97,6	77,7	63,6	99,4
Abril	117,3	92,1	115,2	95,2	147,5	133,4	118,8	83,0	115,8
Mayo	142,2	109,2	140,2	98,8	192,6	165,5	149,7	90,3	140,7
Junio	134,3	107,9	130,5	107,3	186,7	131,2	144,0	89,1	133,1
Julio	155,4	121,6	150,9	123,1	218,6	153,0	164,6	112,7	153,2
Agosto	153,2	134,1	149,7	125,9	213,3	134,6	163,8	108,1	151,4
Septiembre	157,1	132,8	169,0	117,1	232,3	135,7	162,1	125,4	155,3
Octubre	170,9	147,2	179,6	127,1	246,0	153,0	189,2	112,5	169,6
Noviembre	160,4	152,4	168,3	127,9	203,5	147,1	179,6	120,3	159,5
Diciembre	186,8	180,1	180,1	155,1	263,8	139,5	200,1	143,5	184,7

* Se trata de la venta devengada por el local durante el mes de referencia de los bienes elaborados en el local o mandados a elaborar por terceros, con materia prima propia del local a precio de venta en fábrica. Este dato no incluye IVA, impuestos a los combustibles, ni impuestos internos, pero sí incluye el valor de los subsidios que eventualmente pudieran tener.

** Incluye la suma de las variables: venta de bienes producidos con materia prima propia, trabajos industriales realizados para terceros y reparaciones de maquinarias y equipos que pertenecen a terceros.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de la DGEyC.

2.1.3 Actividad industrial

Personal asalariado, horas trabajadas por el personal asalariado y salarios brutos (a valores corrientes)***. Período 2001-2002. Base octubre 2001=100. Ciudad de Buenos Aires

Período	Personal asalariado	Horas trabajadas por el personal asalariado	Salarios brutos (valores corrientes)
2001			
Diciembre	98,2	88,1	100,5
2002			
Enero	96,0	80,1	102,3
Febrero	94,9	75,0	92,8
Marzo	94,7	85,0	91,0
Abril	93,4	89,6	92,6
Mayo	92,8	91,8	94,9
Junio	92,0	85,3	93,3
Julio	91,2	90,4	94,7
Agosto	90,9	89,0	93,9
Septiembre	91,7	89,2	95,8
Octubre	91,6	91,7	97,9
Noviembre	91,9	89,7	97,8
Diciembre	91,7	87,6	106,4

*** Incluye retribuciones por horas normales, horas extra, otros pagos habituales y vacaciones.

2.2.1 Supermercados

Tasas de variación interanuales. Período 2002-2003. Ciudad de Buenos Aires

Período	Cantidad de bocas	Ventas totales a precios constantes	Ventas totales a precios corrientes	Superficie	Ventas por m ² *
2002	4,2%	-18,2%	10,1%	2,0%	-19,8%
Enero	3,3%	-8,8%	-8,4%	0,7%	-9,4%
Febrero	4,8%	-9,6%	-5,2%	1,4%	-10,8%
Marzo	6,7%	-10,7%	-1,8%	2,3%	-12,8%
Abril	5,2%	-20,5%	-1,5%	2,1%	-22,1%
Mayo	4,8%	-17,2%	8,0%	2,1%	-18,9%
Junio	3,6%	-20,9%	9,3%	1,8%	-22,3%
Julio	3,6%	-22,7%	11,4%	1,8%	-24,0%
Agosto	2,2%	-20,0%	20,0%	1,4%	-21,1%
Septiembre	3,6%	-23,3%	17,8%	2,2%	-25,0%
Octubre	4,0%	-23,0%	18,9%	2,2%	-24,7%
Noviembre	3,9%	-19,6%	25,3%	2,6%	-21,7%
Diciembre	5,4%	-20,6%	24,9%	3,0%	-22,9%
2003	5,3%	-22,5%	20,8%	2,5%	-24,3%
Enero	5,3%	-22,5%	20,8%	2,5%	-24,3%

*: Se toman en consideración las ventas a precios constantes.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del INDEC, Encuesta de Supermercados

2.2.2 Centros de compras

Tasas de variación interanuales. Período 2001-2002. Ciudad de Buenos Aires

Período	Locales activos	Área bruta locativa de locales activos	Ventas totales a precios constantes	Ventas totales a precios corrientes	Ventas por m ² *
2002	0,5%	1,0%	-11,0%	19,9%	-11,9%
Enero	-0,3%	1,2%	-37,3%	-37,1%	-38,1%
Febrero	1,4%	2,7%	-27,4%	-24,1%	-29,3%
Marzo	1,6%	3,0%	-14,6%	-6,9%	-17,1%
Abril	0,5%	2,2%	-26,6%	-8,9%	-28,2%
Mayo	1,2%	2,7%	-18,3%	5,9%	-20,5%
Junio	-2,5%	-0,9%	-13,6%	16,8%	-12,8%
Julio	-1,4%	-2,3%	-13,2%	19,1%	-11,2%
Agosto	-0,6%	0,4%	-3,0%	37,8%	-3,4%
Septiembre	3,1%	1,9%	-5,5%	39,0%	-7,3%
Octubre	2,7%	1,7%	0,5%	52,6%	-1,2%
Noviembre	3,0%	1,5%	11,4%	69,9%	9,8%
Diciembre	-2,4%	-2,5%	15,3%	77,9%	18,3%
2003	-1,5%	-2,7%	24,3%	81,8%	27,8%
Enero	-1,5%	-2,7%	24,3%	81,8%	27,8%

*: Se toman en consideración las ventas a precios constantes.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del INDEC

2.2.3.1 Tasa de ocupación comercial

Cantidad de locales vacíos y tasas de ocupación y de vacancia en los 31 ejes relevados. Variaciones mensuales de ocupación. Abril de 2003

GENERAL	Locales relevados	Locales vacíos (marzo)	Tasa de ocupación (marzo) (%)	Locales vacíos (abril)	Tasa de ocupación (abril) (%)	Tasa de vacancia (abril) (%)	Variación mensual de ocupación (%)
Áreas comerciales temáticas	1.807	187	89,7	173	90,4	9,6	0,9
Áreas relevadas desde 2003	1.926	187	90,3	183	90,5	9,5	0,2
Áreas relevadas desde 2002	2.445	231	90,6	215	91,1	8,9	0,6
TOTAL	6.178	605	90,2	571	90,8	9,2	0,6

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.2.3.2 Tasa de ocupación comercial

Tasas de ocupación y vacancia en los nodos comerciales relevados desde marzo de 2002. Variaciones mensuales e interanuales. Ciudad de Buenos Aires. Período 2002-2003

	Tasa de Ocupación			Tasa de Vacancia		
	Tasa de Ocupación	Variación mensual (%)	Variación interanual (%)	Tasa de Vacancia	Variación mensual (%)	Variación interanual (%)
2002						
Marzo	86,7			13,3		
Abril	86,5	-0,2		13,5	1,5	
Mayo	87,3	0,9		12,7	-5,9	
Junio	87,7	0,5		12,3	-3,1	
Julio	88,0	0,3		12,0	-2,4	
Agosto	88,5	0,6		11,5	-4,2	
Septiembre	89,0	0,6		11,0	-4,3	
Octubre	89,3	0,3		10,7	-2,7	
Noviembre	89,5	0,2		10,5	-1,9	
Diciembre	90,9	1,6		9,1	-13,3	
2003						
Enero	91,4	0,6		8,6	-5,5	
Febrero	90,8	-0,7		9,2	7,0	
Marzo	90,6	-0,2	4,5	9,4	2,2	-29,3
Abril	91,1	0,6	5,3	8,9	-5,3	-33,1

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.2.3.3 Tasa de ocupación comercial

Tasas de vacancia y de ocupación comercial en nodos relevados desde marzo de 2002. Variaciones interanuales y diferencias porcentuales. Ciudad de Buenos Aires. Abril 2003 / abril 2002

	Tasa de vacancia				Tasa de ocupación			
	Abr-02	Abr-03	Variación (%)	Diferencia porcentual	Abr-02	Abr-03	Variación (%)	Diferencia porcentual
Florida 100 - 700	12,6	3,8	-69,5	8,8	87,4	96,2	10,0	-8,8
Once (Pueyrredón)	14,3	4,8	-66,6	9,5	85,7	95,2	11,1	-9,5
Santa Fe 1100 - 1900	9,5	4,0	-57,5	5,5	90,5	96,0	6,0	-5,5
Flores (Rivadavia)	11,8	5,6	-52,9	6,2	88,2	94,4	7,1	-6,2
Corrientes 1100 -1900	15,5	8,3	-46,5	7,2	84,5	91,7	8,5	-7,2
Cabildo 2000 - 2800)	8,9	5,1	-42,5	3,8	91,1	94,9	4,1	-3,8
Montes de Oca 1 - 900	7,1	5,3	-25,2	1,8	92,9	94,7	1,9	-1,8
Av. Patricios	26,7	21,6	-19,1	5,1	73,3	78,4	7,0	-5,1
Cuenca 2000 - 2700	9,3	7,8	-16,3	1,5	90,7	92,2	1,7	-1,5
Pompeya (Sáenz)	17,6	15,3	-13,1	2,3	82,4	84,7	2,8	-2,3
Liniers (Rivadavia)	18,1	19,9	10,0	-1,8	81,9	80,1	-2,2	1,8
TOTAL	13,5	8,9	-34,0	4,6	86,5	91,1	5,3	-4,6

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.2.3.4 Tasa de ocupación comercial

Cantidad de locales relevados y temáticos en nodos comerciales temáticos. Locales vacíos y tasa de ocupación. Ciudad de Buenos Aires. Abril 2003 / marzo 2003

	Locales relevados	Locales temáticos	(%)	Locales vacíos (marzo)	Tasa de ocupación (%)	Locales vacíos (abril)	Tasa de ocupación (%)
Forest (camperas)	104	23	22,1	36	65,4	33	68,3
Warnes (rep. automotores)	261	182	69,7	40	84,7	40	84,7
Avellaneda (Indumentaria)	298	280	94,0	19	93,6	16	94,6
Libertad (oro y audio)	225	185	82,2	16	92,8	14	93,8
Microcentro (act. bancaria)	123	51	41,5	13	89,4	13	89,4
Córdoba (indumentaria)	219	136	62,1	19	91,3	18	91,8
Alberdi (Materiales)	149	104	69,8	13	91,3	12	91,9
Murillo (artículos de cuero)	27	21	77,8	2	92,6	2	92,6
San Telmo (antigüedades)	197	122	61,9	14	91,4	11	94,4
Av. Belgrano (muebles)	206	152	73,8	12	94,2	14	93,2
TOTAL	1809	1256	69,4	184	89,7	173	90,4

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.2.3.5 Tasa de ocupación comercial

Cantidad de locales relevados y vacíos por zona geográfica. Tasas de ocupación y variación mensual de ocupación. Ciudad de Buenos Aires. Abril 2003 / marzo 2003

Zonas	Locales relevados	Locales vacíos (marzo)	Tasa de ocupación (%)	Locales vacíos (abril)	Tasa de ocupación (%)	Variación mensual de ocupación (%)
Sur	1770	208	88,2	198	88,8	0,6
Oeste	2798	288	89,7	281	90,0	0,3
Norte	849	53	93,8	41	95,2	1,5
Centro	761	56	92,6	51	93,3	0,7
TOTAL	6178	605	90,2	571	90,8	0,6

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.2.3.6 Tasa de ocupación comercial

Cantidad de locales relevados y vacíos. Tasas de ocupación, variación mensual de ocupación y apertura y cierre de locales. Zona Centro-Norte. Ciudad de Buenos Aires. Abril 2003 / marzo 2003

	Locales relevados	Locales vacíos (marzo)	Tasa de ocupación (%)	Locales vacíos (abril)	Tasa de ocupación (%)	Variación mensual de ocupación (%)	Apertura de locales	Cierre de locales
Triunvirato	252	17	93,3	9	96,4	3,4	8	0
Florida 100 – 700	234	12	94,9	9	96,2	1,4	3	0
Santa Fe 1100 – 1900	198	8	96,0	8	96,0	0,0	2	2
Cabildo 2000 - 2800	293	18	93,9	15	94,9	1,1	6	3
Libertad (oro y audio)	223	16	92,8	14	93,7	1,0	2	0
Corrientes 1100 -1900	181	15	91,7	15	91,7	0,0	2	2
Recoleta	106	10	90,6	9	91,5	1,0	3	2
Microcentro (act. Bancaria)	123	13	89,4	13	89,4	0,0	1	1
TOTAL	1610	109	93,2	92	94,3	1,1	27	10

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.2.3.7 Tasa de ocupación comercial

Cantidad de locales relevados y vacíos. Tasas de ocupación, variación mensual de ocupación y apertura y cierre de locales. Zona Oeste. Ciudad de Buenos Aires. Abril 2003 / marzo 2003

	Locales relevados	Locales vacíos (marzo)	Tasa de ocupación (%)	Locales vacíos (abril)	Tasa de ocupación (%)	Variación mensual de ocupación (%)	Apertura de locales	Cierre de locales
Once (Pueyrredón)	230	15	93,5	11	95,2	1,9	6	2
Avellaneda (Indumentaria)	298	19	93,6	16	94,6	1,1	6	3
Flores (Rivadavia)	306	18	94,1	17	94,4	0,3	3	2
Caballito (Av. Rivadavia)	271	12	95,6	17	93,7	-1,9	0	5
Av. Belgrano (muebles)	206	12	94,2	14	93,2	-1,0	4	6
Cuenca 2000 - 2700	257	19	92,6	20	92,2	-0,4	1	2
Murillo (artículos de cuero)	27	2	92,6	2	92,6	0,0	0	0
Córdoba (indumentaria)	219	19	91,3	18	91,8	0,5	2	1
Corrientes y S. Ortiz	208	21	89,9	21	89,9	0,0	1	1
Villa Devoto (L. de Vega)	195	31	84,1	29	85,1	1,2	3	1
Warnes (rep. automotores)	261	40	84,7	40	84,7	0,0	0	0
Liniers (Rivadavia)	216	44	79,6	43	80,1	0,6	3	2
Forest (camperas)	104	36	65,4	33	68,3	4,4	3	0
TOTAL	2798	288	89,7	281	90,0	0,3	32	25

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.2.3.8 Tasa de ocupación comercial

Cantidad de locales relevados y vacíos. Tasas de ocupación, variación mensual de ocupación y apertura y cierre de locales. Zona Sur. Ciudad de Buenos Aires. Abril 2003 / marzo 2003

	Locales relevados	Locales vacíos (marzo)	Tasa de ocupación (%)	Locales vacíos (abril)	Tasa de ocupación (%)	Variación mensual tasa de ocupación (%)	Apertura de locales	Cierre de locales
Villa Lugano (Chilavert)	128	4	96,9	4	96,9	0,0	0	0
Montes de Oca 1 - 900	113	6	94,7	6	94,7	0,0	3	3
San Telmo (antigüedades)	197	14	92,9	11	94,4	1,6	5	2
Parque Patricios	210	13	93,8	13	93,8	0,0	0	0
Flores Sur (Av. Varela)	163	14	91,4	13	92,0	0,7	1	0
Alberdi (Materiales)	149	13	91,3	12	91,9	0,7	1	0
Mataderos (Av. Alberdi)	218	29	86,7	30	86,2	-0,5	0	1
Pompeya (Sáenz)	255	37	85,5	36	85,9	0,5	5	4
Av. Patricios	162	36	77,8	35	78,4	0,8	1	0
Estación Constitución	175	39	77,7	38	78,3	0,7	8	7
TOTAL	1770	205	88,4	198	88,8	0,4	24	17

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.2.4 Ventas de automóviles

Cantidad de automóviles patentados. Tasas de variación interanuales. Período 2002-2003. Ciudad de Buenos Aires.

Período	Cantidad de Actas	Variación anual
2002	24.038	-52,3%
Febrero	2.383	-42,3%
Marzo	3.308	-22,5%
Abril	3.200	-22,5%
Mayo	2.707	-37,8%
Junio	1.082	-71,5%
Julio	1.234	-72,7%
Agosto	1.314	-70,3%
Septiembre	1.369	-60,7%
Octubre	1.334	-64,2%
Noviembre	1.270	-60,4%
Diciembre	1.559	-34,1%
2003	4.700	-17,0%
Enero	3.297	0,6%
Febrero	1.403	-41,1%

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA).

2.3.1 Construcción

Superficie permitida por uso. Tasas de variación interanuales. Período 2002-2003. Ciudad de Buenos Aires.

Período	Total	Subtotal no Residencial	Industria	Adm.Banc. Financ.	Comercio	Educación y Salud	Hotel y Alojamiento	Otros Destinos
2002	-71,0%	-80,0%	-77,1%	-95,3%	-73,7%	-77,7%	-18,3%	-83,9%
Marzo	-93,6%	-77,3%	--	-96,3%	-56,9%	-100,0%	-100,0%	-33,9%
Abril	-93,6%	-97,5%	-76,9%	-99,4%	-88,6%	-100,0%	-100,0%	-76,5%
Mayo	-77,1%	-72,5%	-65,7%	-100,0%	-48,7%	-100,0%	4818,1%	-97,4%
Junio	-67,8%	-52,2%	-100,0%	-73,9%	-27,8%	-80,7%	--	7976,5%
Julio	-72,1%	-88,7%	-100,0%	389,1%	-95,0%	-74,0%	2441,9%	-90,0%
Agosto	-66,1%	-78,6%	--	-98,0%	-34,3%	-90,8%	-40,1%	-14,5%
Septiembre	-48,6%	-85,1%	-100,0%	145,3%	-79,9%	--	-100,0%	-91,0%
Octubre	1,2%	6,4%	-100,0%	-92,0%	-20,0%	-77,0%	--	-67,8%
Noviembre	-44,0%	-66,6%	--	-96,9%	-56,9%	558,2%	--	-83,0%
Diciembre	129,0%	-53,4%	87,0%	-95,2%	186,3%	-72,9%	-100,0%	230,0%
2003	211,0%	68,6%	7575,8%	1,8%	127,4%	-81,8%	20,9%	-1,2%
Enero	171,1%	159,8%	--	-68,9%	475,3%	--	--	-64,3%
Febrero	114,2%	-18,7%	--	139,7%	-13,2%	-92,8%	-100,0%	--
Marzo	375,5%	64,4%	741,8%	798,5%	68,3%	--	--	-97,3%

(CONTINUACIÓN 2.31)

Período	Subtotal Residencial	Univivienda	Multivivienda
2002	-64,8%	-27,1%	-68,7%
Marzo	-95,2%	-67,7%	-96,4%
Abril	-84,0%	-90,7%	-83,4%
Mayo	-81,0%	-48,3%	-84,0%
Junio	-71,7%	-27,7%	-75,4%
Julio	-53,3%	-23,6%	-56,9%
Agosto	-58,0%	-40,7%	-60,3%
Septiembre	-36,6%	79,4%	-50,4%
Octubre	-2,4%	69,5%	-14,3%
Noviembre	-26,5%	37,2%	-34,9%
Diciembre	306,4%	139,1%	346,2%
2003	284,8%	168,3%	318,2%
Enero	175,9%	230,1%	166,6%
Febrero	209,2%	130,9%	241,8%
Marzo	523,8%	154,5%	663,6%

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de la DGEyC.

Nota: El símbolo "--" implica que no corresponde dato por ser la comparación con un mes sin permisos registrados.

2.3.2 Mercado inmobiliario

Escrituras anotadas en el Registro de la Propiedad del Inmueble. Tasa de variación interanual. Período 2002-2003. Ciudad de Buenos Aires

Período	Cantidad de Actas	Variación anual
2002	82.662	3,6%
Febrero	3.249	-43,3%
Marzo	3.958	-37,1%
Abril	9.298	45,3%
Mayo	12.434	65,7%
Junio	6.331	-8,7%
Julio	6.756	-8,0%
Agosto	6.524	-9,0%
Septiembre	6.555	16,0%
Octubre	7.364	23,8%
Noviembre	7.003	8,4%
Diciembre	6.949	35,2%
2003	13.343	40,6%
Enero	8.605	37,9%
Febrero	4.738	45,8%

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del Registro de la Propiedad del Inmueble.

2.4.1 Movimiento intraurbano

Tasas de variación interanuales. Período 2002-2003. Ciudad de Buenos Aires

Período	Transporte público			Circulación vehicular por autopistas de la Ciudad ¹
	Total pasajeros	Subterráneo	Automotor	
2002	-6,7%	-8,1%	-5,5%	-11,7%
Febrero	-12,6%	-8,5%	-16,1%	-19,9%
Marzo	-17,3%	-17,6%	-17,1%	-22,5%
Abril	-7,0%	-3,5%	-10,0%	-14,6%
Mayo	-9,6%	-8,3%	-10,9%	-14,2%
Junio	-11,8%	-13,0%	-10,7%	-17,7%
Julio	-2,2%	-3,5%	-1,0%	-9,7%
Agosto	-6,8%	-9,7%	-4,1%	-10,9%
Septiembre	-2,6%	-6,6%	1,2%	-6,9%
Octubre	-4,0%	-9,6%	1,4%	-4,4%
Noviembre	-4,4%	-10,3%	1,3%	-4,6%
Diciembre	11,0%	3,9%	17,5%	7,7%
2003	3,6%	-3,7%	10,4%	11,2% ²
Enero	1,5%	-5,4%	7,8%	10,3%
Febrero	5,7%	-2,0%	13,0%	11,3% ²

(1) Según bases de AUSA y COVIMET

(2) Estas variaciones porcentuales se realizaron sólo sobre la información suministrada por la empresa AUSA, debido a que el GCBA decidió rescindir el contrato de la empresa COVIMET y esta no brindó la información correspondiente.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos del INDEC y DGEyC.

2.4.2 Movimiento interurbano

Tasas de variación interanuales. Período 2002-2003. Ciudad de Buenos Aires

Período	Cantidad de personas transportadas				Circulación en accesos a la Ciudad		
	Total	Líneas de transporte de colectivos		Ferrocarriles	Total	Autos	Colectivos y camiones livianos
		Suburbanas Grupo 1*	Suburbanas Grupo 2**				
2002	-10,0%	-6,2%	-15,7%	-17,7%	-11,2%	-11,0%	-13,5%
Febrero	-18,7%	-16,4%	-34,7%	-22,2%	-15,3%	-14,9%	-19,4%
Marzo	-20,1%	-17,1%	-32,6%	-25,3%	-16,2%	-15,8%	-20,1%
Abril	-13,7%	-9,7%	-23,4%	-21,8%	-15,9%	-15,9%	-16,2%
Mayo	-15,1%	-12,7%	-21,7%	-19,9%	-13,7%	-13,4%	-16,8%
Junio	-13,6%	-10,2%	-14,8%	-20,6%	-15,5%	-15,2%	-19,1%
Julio	-5,5%	-1,7%	-11,1%	-13,2%	-11,3%	-11,1%	-12,8%
Agosto	-8,6%	-3,4%	-19,7%	-18,6%	-10,9%	-10,8%	-12,3%
Septiembre	-5,5%	0,1%	3,9%	-18,0%	-9,6%	-9,5%	-10,4%
Octubre	-4,4%	0,6%	4,5%	-15,6%	-4,9%	-4,7%	-7,3%
Noviembre	-4,7%	0,6%	-3,1%	-16,2%	-6,0%	-5,7%	-9,8%
Diciembre	9,8%	11,7%	21,3%	4,7%	1,8%	1,7%	3,6%
2003	5,6%	8,9%	29,4%	-2,6%	4,4%	3,9%	10,4%
Enero	5,2%	8,8%	28,9%	-3,5%	5,5%	5,1%	11,1%
Febrero	5,9%	8,9%	29,9%	-1,6%	3,2%	2,7%	9,6%

*: líneas que tienen una cabecera en la Ciudad y la otra en el conurbano bonaerense.

** : Líneas que efectúan recorridos de media distancia.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, con base en datos del INDEC y DGEyC.

2.5.1 Consumo de energía eléctrica

Consumo de energía eléctrica, en kilowatts, por tipo de consumo. Tasas de variación interanual. Período 2002-2003. Ciudad de Buenos Aires

Período	Consumo total en kws.	Comercial			Industrial				
		Total	Pequeñas demandas	Medianas demandas	Grandes demandas	Total	Pequeñas demandas	Medianas demandas	Grandes demandas
2002	-3,8%	-5,1%	-8,6%	-7,0%	-3,3%	-8,2%	-11,5%	-15,9%	-3,1%
Marzo	-12,1%	-10,9%	-15,5%	-12,3%	-9,1%	-19,4%	-23,3%	-24,6%	-15,6%
Abril	-9,7%	-11,8%	-13,2%	-15,4%	-10,1%	-15,1%	-16,9%	-22,3%	-10,7%
Mayo	-4,3%	-8,8%	-5,3%	-13,7%	-7,9%	-14,7%	-14,6%	-20,4%	-11,7%
Junio	-4,5%	-9,0%	-19,8%	-11,2%	-4,1%	-12,9%	-6,1%	-19,5%	-12,2%
Julio	-3,8%	-7,2%	-7,2%	-9,6%	-6,3%	-5,0%	-15,8%	-18,4%	7,7%
Agosto	-1,5%	-5,2%	-7,0%	-6,0%	-4,3%	-2,7%	-9,9%	-12,4%	6,1%
Septiembre	-1,4%	-5,0%	-2,8%	-6,2%	-5,2%	-6,0%	-10,8%	-12,8%	-0,8%
Octubre	-4,1%	-5,5%	-10,1%	-10,0%	-2,5%	-1,6%	-4,9%	-16,4%	7,6%
Noviembre	0,0%	-1,2%	-0,7%	-1,4%	-1,2%	-2,7%	-3,8%	-9,2%	0,5%
Diciembre	-1,9%	-1,4%	-2,3%	-3,0%	-0,4%	-2,4%	-6,1%	-8,4%	1,7%
2003	2,0%	0,2%	5,6%	-1,7%	-0,6%	6,4%	5,4%	1,8%	8,7%
Enero	-1,5%	-3,2%	4,3%	-4,7%	-4,6%	1,3%	1,4%	-2,0%	2,7%
Febrero	3,2%	3,0%	5,2%	2,2%	2,6%	7,3%	5,1%	4,7%	9,2%
Marzo	4,5%	1,2%	7,4%	-2,3%	0,8%	11,1%	10,2%	3,1%	14,7%

(Continuación 2.5.1)

Período	Residencial				
	Total	Pequeñas demandas	Medianas demandas	Grandes demandas	Otros *
2002	-2,6%	-2,9%	-1,5%	3,1%	0,5%
Marzo	-12,2%	-13,3%	-3,0%	-4,0%	-12,7%
Abril	-7,9%	-9,2%	1,6%	3,3%	-3,1%
Mayo	0,4%	0,0%	2,7%	5,6%	-0,2%
Junio	-1,7%	-1,3%	-3,9%	-6,0%	11,9%
Julio	-1,9%	-2,0%	-2,3%	2,7%	4,2%
Agosto	1,3%	1,1%	2,6%	4,1%	-1,7%
Septiembre	1,5%	1,7%	-0,9%	0,2%	2,6%
Octubre	-3,9%	-4,0%	-6,3%	8,8%	2,4%
Noviembre	1,7%	1,6%	3,1%	0,8%	-2,0%
Diciembre	-2,2%	-2,6%	-1,5%	8,5%	-2,8%
2003	3,4%	3,5%	1,3%	6,4%	-0,1%
Enero	-0,1%	0,0%	-1,5%	1,6%	-1,4%
Febrero	3,4%	3,1%	4,4%	9,8%	0,3%
Marzo	7,2%	7,7%	1,4%	8,7%	0,8%

* Incluye el uso oficial (con excepción del alumbrado público), el uso de tracción (tren y subterráneo) y el uso general (consorcios, luz de pasillos, bombas de agua, etc.).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de una de las compañías distribuidoras de energía de la Ciudad.

2.5.2 Residuos domiciliarios

Cantidad de toneladas y tasas de variación interanuales. Período 2002-2003. Ciudad de Buenos Aires.

Período	Cantidad de Toneladas	Variación interanual
2002	754.473	-22,2%
Marzo	69.445	-18,2%
Abril	65.998	-19,0%
Mayo	65.775	-20,0%
Junio	58.131	-25,1%
Julio	60.235	-25,3%
Agosto	59.024	-28,8%
Septiembre	58.189	-24,9%
Octubre	62.793	-26,4%
Noviembre	61.114	-24,6%
Diciembre	63.150	-21,2%
2003	172.398	-13,8%
Enero	57.100	-19,5%
Febrero	52.554	-11,9%
Marzo	62.744	-9,6%

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de CEAMSE.

2.6.1 Turismo

Turismo receptivo. Cantidad de visitantes, estadía media y gasto medio. Argentinos y extranjeros. Ciudad de Buenos Aires. Período 2002-2003

Mes	Cantidad de visitantes			Estadía media		Gasto medio	
	Lugar de Residencia			Lugar de Residencia		Lugar de Residencia	
	Argentina	Extranjero	Total	Argentina	Extranjero	Argentina	Extranjero
2002							
Marzo	354.040	67.436	421.476				
Abril	302.029	100.676	402.705				
Mayo	294.597	103.507	398.104				
Junio	258.576	139.233	397.809				
Julio	282.906	281.154	564.060	9	7	\$ 92	\$ 207
Agosto	267.895	139.419	407.314	7	7	\$ 84	\$ 167
Septiembre	217.500	199.940	417.440	6	7	\$ 102	\$ 176
Octubre	264.709	238.086	502.795	7	7	\$ 77	\$ 209
Noviembre	271.163	247.313	518.476	8	6	\$ 81	\$ 147
Diciembre	314.714	284.548	599.262	10	8	\$ 85	\$ 159
Total 2002	3.415.933	1.918.050	5.333.983				
	64,0%	36,0%	100,0%				
2003							
Enero	310.052	262.031	572.083	15	9	\$ 129	\$ 165
Febrero	280.047	243.521	523.568	8	7	\$ 122	\$ 170
Marzo	313.298	246.162	559.460	8	7	\$ 124	\$ 163
Primer trimestre 2003	903.397	751.714	1.655.111				
	54,6%	45,4%	100,0%				

Fuente: PEIET-CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA en base a relevamiento propio

2.6.2 Turismo

Turismo receptivo. Gasto total. Ciudad de Buenos Aires. Período 2002-2003

	Argentinos	Extranjeros	Total	Total turistas en dólares
2002				
Marzo	\$ 90.634.240	\$ 25.625.680	\$ 116.259.920	45.199.723 USD
Abril	\$ 108.730.440	\$ 52.351.520	\$ 161.081.960	47.667.560 USD
Mayo	\$ 81.308.772	\$ 68.832.155	\$ 150.140.927	36.638.846 USD
Junio	\$ 87.915.840	\$ 95.235.372	\$ 183.151.212	39.647.592 USD
Julio	\$ 260.273.520	\$ 349.193.268	\$ 609.466.788	128.361.556 USD
Agosto	\$ 90.012.720	\$ 93.131.892	\$ 183.144.612	37.547.748 USD
Septiembre	\$ 88.740.000	\$ 175.947.200	\$ 264.687.200	53.215.568 USD
Octubre	\$ 101.912.965	\$ 199.039.896	\$ 300.952.861	60.228.449 USD
Noviembre	\$ 153.749.421	\$ 145.420.044	\$ 299.169.465	61.700.209 USD
Diciembre	\$ 187.254.830	\$ 180.972.528	\$ 368.227.358	76.567.871 USD
2003				
Enero	\$ 279.976.956	\$ 172.940.460	\$ 452.917.416	99.573.872 USD
Febrero	\$ 170.828.670	\$ 165.594.280	\$ 336.422.950	75.754.504 USD
Marzo	\$ 155.395.808	\$ 240.746.436	\$ 396.142.244	128.839.316 USD
Primer trimestre 2003	\$ 606.201.434	\$ 579.281.176	\$ 1.185.482.610	374.203.049 USD

Fuente: PEIET-CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento propio

2.7.1.1 Libro

Libros. Novedades y reimpressiones. Producción de títulos y ejemplares. Autores-editores. Argentina. Período 2002-2003

	Novedades			Reimpressiones			Total			Autores-Editores
	Títulos	Ejemplares	Ejemplares por título	Títulos	Ejemplares	Ejemplares por título	Títulos	Ejemplares	Ejemplares por título	
2002	9.563	30.324.778	3.171	739	3.414.790	4.621	10.302	33.739.568	39.222	1.240
Marzo	771	4.414.403	5.726	72	1.319.060	18.320	843	5.733.463	6.801	90
Abril	865	4.280.390	4.948	92	295.525	3.212	957	4.575.915	4.782	141
Mayo	807	2.131.030	2.641	36	137.000	3.806	843	2.268.030	2.690	113
Junio	636	1.450.126	2.280	94	259.500	2.761	730	1.709.626	2.342	77
Julio	822	2.535.301	3.084	102	360.900	3.538	924	2.896.201	3.134	113
Agosto	933	1.991.983	2.135	52	126.855	2.440	985	2.118.838	2.151	105
Septiembre	956	3.088.467	3.231	33	204.800	6.206	989	3.293.267	3.330	112
Octubre	1.018	2.068.755	2.032	51	102.300	2.006	1.069	2.171.055	2.031	150
Noviembre	974	3.526.485	3.621	68	164.150	2.414	1.042	3.690.635	3.542	112
Diciembre	820	1.777.448	2.168	110	361.700	3.288	930	2.139.148	2.300	117
2003	2.453	6.644.229	2.709	241	732.780	3.041	2.694	7.377.009	2.738	302
Enero	644	1.501.790	2.332	116	251.205	2.166	760	1.752.995	2.307	57
Febrero	735	3.069.765	4.177	64	211.000	3.297	799	3.280.765	4.106	124
Marzo	1074	2.072.674	1.930	61	270.575	4.436	1.135	2.343.249	2.065	121

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, en base a datos de la Cámara Argentina del Libro

2.7.1.2 Libro

Libros. Novedades y reimpressiones. Producción de títulos y ejemplares. Autores-editores. Tasas de variación interanuales. Argentina. Período 2002-2003

	Novedades			Reimpressiones			Total			Autores-Editores
	Títulos	Ejemplares	Ejemplares por título	Títulos	Ejemplares	Ejemplares por título	Títulos	Ejemplares	Ejemplares por título	
2002	-21,8%	-45,4%	30,0%	-38,0%	-20,3%	29,3%	-23,3%	-42,8%	25,3%	-12,9%
Marzo	-39,2%	-11,0%	46,4%	-11,1%	247,7%	291,1%	-37,6%	7,7%	72,5%	-34,8%
Abril	-23,7%	-9,1%	19,0%	-12,4%	-1,8%	12,1%	-22,7%	-8,7%	18,1%	-10,2%
Mayo	-21,9%	-48,0%	-33,4%	-80,1%	-79,8%	1,4%	-30,6%	-52,5%	-31,6%	-12,4%
Junio	-32,6%	-71,0%	-57,0%	44,6%	69,2%	17,0%	-27,6%	-66,8%	-54,1%	-19,8%
Julio	-18,5%	-17,8%	0,9%	-49,3%	-44,8%	9,7%	-23,6%	-22,5%	1,5%	-16,3%
Agosto	-27,1%	-74,3%	-64,7%	-55,6%	-63,7%	-18,2%	-29,5%	-73,9%	-62,9%	-37,1%
Septiembre	-19,6%	-60,8%	-51,2%	-52,9%	4,5%	121,7%	-21,4%	-59,2%	-48,0%	-6,7%
Octubre	-4,9%	-39,8%	-35,9%	18,6%	-9,2%	-21,5%	-4,0%	-38,8%	-35,5%	7,1%
Noviembre	-4,3%	-10,3%	-6,2%	-40,4%	-72,6%	-54,1%	-8,0%	-18,5%	-11,5%	4,7%
Diciembre	19,4%	-35,5%	-45,9%	478,9%	661,0%	31,4%	31,7%	-23,7%	-42,1%	31,5%
2003	41,6%	-11,1%	-37,2%	138,6%	-47,7%	-78,1%	47,0%	-16,9%	-43,5%	51,0%
Enero	55,6%	67,8%	7,8%	728,6%	434,5%	-35,5%	77,6%	86,1%	4,8%	29,5%
Febrero	34,4%	41,8%	5,5%	326,7%	486,1%	37,4%	42,2%	49,0%	4,8%	87,9%
Marzo	39,3%	-53,0%	-66,3%	-15,3%	-79,5%	-75,8%	34,6%	-59,1%	-69,6%	34,4%

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, en base a datos de la Cámara Argentina del Libro

2.7.1.3 Libro

Libros. Proporciones de títulos de novedades sobre total de títulos y de ejemplares de novedades sobre total de ejemplares. Argentina. Período 2002-2003

	Títulos novedades / títulos total	Ejemplares novedades / ejemplares total
2002	92,8%	89,9%
Marzo	91,5%	77,0%
Abril	90,4%	93,5%
Mayo	95,7%	94,0%
Junio	87,1%	84,8%
Julio	89,0%	87,5%
Agosto	94,7%	94,0%
Septiembre	96,7%	93,8%
Octubre	95,2%	95,3%
Noviembre	93,5%	95,6%
Diciembre	88,2%	83,1%
2003	91,1%	90,1%
Enero	84,7%	85,7%
Febrero	92,0%	93,6%
Marzo	94,6%	88,5%

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, en base a datos de la Cámara Argentina del Libro

2.7.2.1 Música

Música. Ventas por repertorio en unidades e importes. Año 2003

	Unidades	Importes	Precio promedio	
Marzo de 2003	Local	409.240	\$ 4.364.628,67	\$ 10,7
	Clasico	19.093	\$ 345.476,32	\$ 18,1
	Español	126.214	\$ 1.624.772,42	\$ 12,9
	Inglés y otros	291.058	\$ 4.400.036,51	\$ 15,1
	Compilaciones	74.127	\$ 198.945,61	\$ 2,7
	Total	919.732	\$ 10.933.860	\$ 11,9
Primer trimestre de 2003	Local	893.912	\$ 10.440.746,29	\$ 11,7
	Clasico	36.789	\$ 605.383,81	\$ 16,5
	Español	291.704	\$ 4.031.573,18	\$ 13,8
	Inglés y otros	670.196	\$ 9.727.967,53	\$ 14,5
	Compilaciones	81.371	\$ 278.512,10	\$ 3,4
	Total	1.973.972	\$ 25.084.183	\$ 12,7

Fuente: CEDEM; Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de CAPIF

2.7.2.2 Música

Música. Ventas por soporte en unidades e importes. Año 2003

	Unidades	Importes	Precio promedio	
Marzo de 2003	Single	572	\$ 3.729,86	\$ 6,5
	Casete	48.277	\$ 425.286,13	\$ 8,8
	CD	869.879	\$ 10.461.630,05	\$ 12,0
	DVD Audio	1.004	\$ 43.213,50	\$ 43,0
	Videomusical*	2.240	\$ 36.539,33	\$ 16,3
	DVD*	9.566	\$ 373.407,33	\$ 39,0
Primer trimestre de 2003	Single	1.478	10.494	\$ 7,1
	Casete	137.268	1.209.199	\$ 8,8
	CD	1.832.580	23.762.168	\$ 13,0
	DVD Audio	2.646	102.322	\$ 38,7
	Videomusical*	4.249	70.457	\$ 16,6
	DVD*	20.597	764.315	\$ 37,1

* No es audio

Fuente:CEDEM, Secretaria de Desarrollo Economico, GCBA, en base a datos de CAPIF

2.7.3 Cine

Cine. Cantidad de espectadores y variaciones interanuales. Recaudación (en pesos). Argentina. Año 2003.

	Espectadores		Recaudación (\$)
	Cantidad	Variación interanual	
Enero	2.802.351	56%	\$ 14.562.716
Febrero	2.563.360	-6%	\$ 13.634.030
Marzo*	2.700.000	-13%	\$ 14.000.000
Trimestre I	8.065.711	6%	\$ 42.196.746

* datos provisorios

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de INCAA

3.1 Mercado laboral

Evolución del empleo formal y privado. Tasas de variación. Período 2002-2003. Ciudad de Buenos Aires.

Período	Índice base mayo'00=100	Variación porcentual			
		Respecto al mes anterior	Acumulada en los últimos doce meses	Acumulada en los últimos 6 meses	Acumulada desde enero hasta cada mes del mismo año
2002					
Febrero	90,7	-1,0%	-8,4%	-5,3%	-2,2%
Marzo	90,1	-0,6%	-8,7%	-4,9%	-2,8%
Abril	89,0	-1,3%	-9,4%	-5,4%	-4,0%
Mayo	88,2	-0,8%	-9,6%	-5,6%	-4,8%
Junio	87,5	-0,8%	-10,0%	-5,5%	-5,5%
Julio	87,0	-0,7%	-10,2%	-5,0%	-6,2%
Agosto	86,5	-0,5%	-9,6%	-4,5%	-6,6%
Septiembre	86,3	-0,3%	-8,9%	-4,2%	-6,9%
Octubre	86,6	0,4%	-7,9%	-2,6%	-6,5%
Noviembre	86,7	0,1%	-7,2%	-1,7%	-6,4%
Diciembre	87,0	0,3%	-6,1%	-0,6%	-6,1%
2003					
Enero	87,0	0,0%	-5,0%	0,0%	0,0%
Febrero	87,3	0,3%	-3,7%	0,8%	0,3%

Nota: Las tasas de variación mensuales contienen un desvío estándar estimado en 0,2.

Fuente: CEDEM, en base a datos de la Dirección General de Estadística y Censos y del Ministerio de Trabajo, Empleo y Formación de Recursos Humanos, sobre la base de EIL/CBA.

3.2 Mercado laboral

Evolución del empleo formal y privado, por tamaño de la empresa y por rama de actividad. Tasas de variación acumuladas por períodos. Febrero 2003. Ciudad de Buenos Aires.

Tamaño y rama de actividad	Variación porcentual				
	Acumulado en el año 2002	Acum. en los últimos 3 meses	Acum. en los últimos 6 meses	Acum. en los últimos 12 meses	Acum. desde enero de 2003
Total	-6,1%	0,6%	0,8%	-3,7%	0,3%
Tamaño de la empresa					
Empresas de 10 a 49 ocupados	-9,6%	0,6%	1,0%	-5,9%	0,6%
Empresas de 50 a 199 ocupados	-8,3%	-0,8%	-1,0%	-6,2%	-1,1%
Empresas de 200 y más ocupados	-3,2%	1,4%	1,7%	-1,4%	0,9%
Rama de actividad					
Industria manufacturera	-4,3%	0,8%	1,1%	-2,6%	0,6%
Electricidad, Gas y Agua	-4,4%	-10,1%	-9,4%	-11,3%	-9,6%
Construcción	-30,6%	6,5%	6,7%	-20,7%	7,0%
Comercio, Restaurantes y Hoteles	-8,3%	0,8%	1,8%	-5,1%	0,7%
Transporte, Almacenaje y Comunicaciones	-4,8%	0,7%	1,0%	-3,7%	0,4%
Servicios Financieros y a las Empresas	-7,1%	0,7%	0,2%	-4,2%	0,0%
Servicios Comunes, Sociales y Personales	-1,8%	-0,4%	-0,1%	-0,7%	-0,4%

Nota: Las tasas de variación mensuales contienen un desvío estándar estimado en 0,2.

Fuente: CEDEM, en base a datos de la Dirección General de Estadística y Censos y del Ministerio de Trabajo, Empleo y Formación de Recursos Humanos, sobre la base de EIL/CBA.

5.1 Recaudación tributaria

Según tipo de impuesto. Tasas de variación interanuales. Período 2002-2003. Ciudad de Buenos Aires

Período	Total	I.S.I.B.	Contribución de Publicidad	A.B.L.	Radicación Vehicular	Moratoria y gravámenes varios
2002	-2,3%	-0,6%	-22,7%	-5,8%	-15,6%	15,2%
Marzo	-20,9%	-22,8%	-45,2%	-19,3%	11,2%	-28,6%
Abril	-21,5%	-21,9%	-13,3%	5,2%	-21,9%	-47,8%
Mayo	-5,1%	-12,1%	2,6%	7,9%	3,7%	15,4%
Junio	-4,1%	-1,8%	-32,2%	-1,8%	-20,8%	3,3%
Julio	-0,6%	-0,1%	-36,4%	-8,6%	-4,7%	43,6%
Agosto	0,8%	3,4%	-71,4%	-10,5%	-18,2%	34,7%
Septiembre	11,3%	9,0%	-14,8%	15,2%	-7,0%	47,0%
Octubre	16,4%	15,8%	7,6%	21,6%	-7,4%	81,8%
Noviembre	20,2%	20,7%	-40,3%	17,4%	-0,6%	51,3%
Diciembre	86,9%	84,4%	42,8%	92,4%	61,8%	269,8%
2003	44,1%	49,5%	6,6%	30,8%	49,1%	38,7%
Enero	36,4%	39,6%	-40,7%	41,4%	-2,7%	1,1%
Febrero	50,3%	52,9%	-28,4%	-11,3%	80,6%	72,8%
Marzo	48,7%	58,5%	25,7%	32,6%	8,6%	61,2%

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de la Dirección General de Estadísticas y Censos

5.2 Recaudación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos

Impuesto sobre los Ingresos Brutos: recaudación por rama de actividad. Tasas de variación interanuales. Período 2002-2003. Ciudad de Buenos Aires

Período	Industria Manufacturera	Electricidad, gas y agua	Construcción	Comercio al por mayor	Comercio al por menor y Hoteles y restaurantes	Transporte y almacenamiento
2002	5,9%	-4,7%	-27,4%	1,1%	-5,1%	10,1%
Febrero	-39,8%	-9,7%	-50,0%	-50,3%	-28,8%	-26,0%
Marzo	-33,1%	-7,6%	-49,9%	-40,3%	-21,3%	-43,3%
Abril-Mayo	-17,3%	-0,8%	-42,5%	-20,3%	-18,5%	-7,9%
Junio	13,9%	-18,1%	-40,7%	7,0%	-7,9%	25,2%
Julio	10,3%	-15,1%	-20,6%	16,7%	-15,3%	16,2%
Agosto	19,5%	-9,0%	-13,7%	20,7%	-9,1%	39,2%
Septiembre	29,5%	20,8%	-32,9%	19,9%	-2,2%	31,2%
Octubre	43,1%	-0,5%	9,5%	41,7%	-1,3%	31,3%
Noviembre	61,9%	-11,2%	8,9%	45,4%	31,6%	27,7%
Diciembre	87,2%	-3,6%	76,1%	74,1%	110,7%	105,4%
2003	122,0%	12,7%	40,4%	122,0%	61,1%	77,6%
Enero	89,7%	7,9%	44,4%	99,1%	75,2%	63,7%
Febrero	164,8%	18,0%	35,1%	158,8%	43,5%	94,5%

(Continuación 5.2)

Período	Comunicaciones	Establecimientos y servicios financieros y seguros	Bienes inmuebles y servicios profesionales	Servicios comunales, sociales y personales	Resto
2002	1,9%	-3,7%	-9,2%	-24,2%	42,2%
Febrero	4,1%	-2,5%	-34,8%	-51,5%	-37,3%
Marzo	4,9%	-15,6%	-27,2%	-43,8%	-25,9%
Abril-Mayo	-19,9%	-17,5%	-19,0%	-39,8%	51,6%
Junio	-5,5%	5,5%	-18,9%	-31,6%	22,4%
Julio	-12,8%	4,7%	-11,6%	-21,9%	61,4%
Agosto	-8,3%	-5,2%	6,0%	-9,9%	53,2%
Septiembre	-7,8%	-4,0%	-4,6%	-13,0%	61,6%
Octubre	1,4%	-11,4%	13,1%	-13,9%	107,1%
Noviembre	-4,7%	-5,7%	14,7%	-5,0%	121,8%
Diciembre	132,2%	46,4%	53,0%	58,1%	124,0%
2003	-12,5%	-0,9%	42,5%	50,0%	144,0%
Enero	-25,2%	-0,6%	34,5%	27,9%	111,8%
Febrero	6,3%	-1,3%	53,1%	81,3%	185,8%

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a relevamiento de la Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor, GCBA.