



Encuesta de COMERCIOS DE ELECTRODOMÉSTICOS Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

PRIMER TRIMESTRE DE 2007 SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS

Al 31 de marzo de 2007, las 101 empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos para el hogar relevadas por la encuesta poseían 725 locales, de los cuales el 23% pertenecía a la Ciudad de Buenos Aires, el 41% a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires y el 36% al Resto del país.

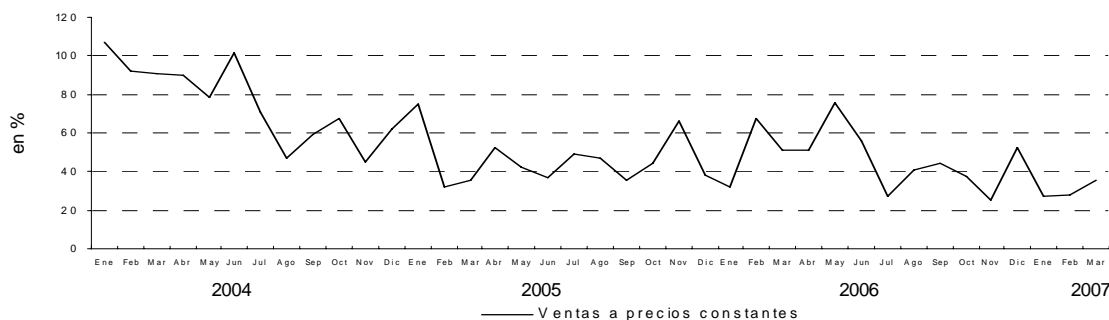
- Ventas a precios constantes:

Las ventas a precios constantes¹ del primer trimestre de 2007 aumentaron 30,4% respecto a igual período del año anterior.

Cuadro 1. Evolución de las ventas a precios constantes. Índice base 2003=100

Período	Total	Variación porcentual	
		respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
Trimestre I			
2006	289,5	47,9	47,9
2007	377,6	30,4	30,4
2006			
Ene	314,6	32,4	32,4
Feb	265,3	67,2	46,3
Mar	288,7	51,2	47,9
2007			
Ene ^e	401,3	27,6	27,6
Feb ^e	339,5	28,0	27,8
Mar ^e	391,9	35,7	30,4

Gráfico 1. Ventas a precios constantes. Variación porcentual respecto a igual período del año anterior



-Ventas a precios corrientes:

Las ventas a precios corrientes del primer trimestre del año 2007 totalizaron 1.559 millones de pesos. Esto significa un aumento de 36,3% respecto del mismo trimestre del año anterior y una disminución de 17,7% respecto del cuarto trimestre del año 2006.

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

Período	Ventas a precios corrientes en millones de pesos	Variación porcentual		
		respecto al período anterior	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
Trimestre I				
2006	1.144,3	-17,3	40,8	40,8
2007	1.559,2	-17,7	36,3	36,3
2006				
Ene	405,2	-25,4	29,2	29,2
Feb	347,8	-14,2	54,0	39,6
Mar	391,3	12,5	43,2	40,8
2007				
Ene ^e	538,5	-32,5	32,9	32,9
Feb ^e	466,7	-13,3	34,2	33,5
Mar ^e	554,0	18,7	41,6	36,3

¹Para efectuar el cálculo de ventas a precios constantes, las ventas a precios corrientes se deflactan con un índice de precios implícitos. Los importes correspondientes a estas ventas se computan sin considerar los descuentos aplicados por las empresas en concepto de promociones ofrecidas a tenedores de tarjetas de débito o crédito.

VENTAS A PRECIOS CORRIENTES

- Análisis de los resultados de Marzo 2007

Las ventas a precios corrientes totalizaron 554 millones de pesos. De este total, corresponden 145 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires (26%), 203 millones de pesos a los 24 partidos de la Ciudad de Buenos Aires (37%) y 206 millones de pesos al Resto del país (37%).

Si se comparan las ventas totales de marzo de 2007 con las del mes anterior, se observa un aumento de 18,7%. La suba más significativa se registró en la Ciudad de Buenos Aires (19,9%), seguidos por el Resto del país (18,6%) y los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (17,9%).

Por otra parte, si se tiene en cuenta la variación de

marzo de 2007 con relación a igual mes del 2006, las ventas totales registraron un aumento de 41,6%.

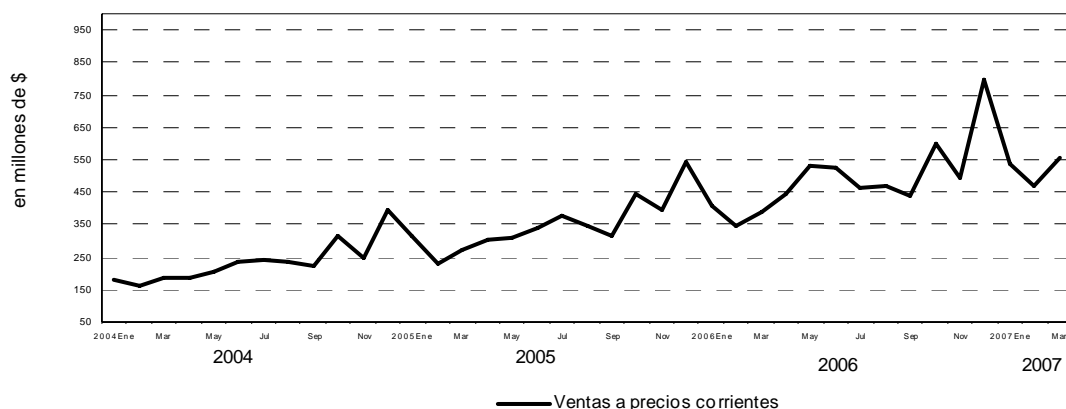
En este caso, la jurisdicción que muestra un mayor incremento fue Resto del país (47,0%), seguida en orden decreciente por los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (45,8%) y la Ciudad de Buenos Aires (29,5%).

Las ventas acumuladas del 2007 fueron 36,3% superiores a las del año 2006, registrándose el aumento más significativo en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (41,9%), seguidos por el Resto del país (36,5%) y la Ciudad de Buenos Aires (28,5%).

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

Jurisdicción	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2006	2007		respecto al período anterior	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
	Marzo	Febrero	Marzo			
Total	391.266	466.732	553.966	18,7	41,6	36,3
Ciudad de Buenos Aires	111.729	120.630	144.653	19,9	29,5	28,5
24 partidos de la provincia de Buenos Aires	139.418	172.424	203.283	17,9	45,8	41,9
Resto del país	140.119	173.678	206.030	18,6	47,0	36,5

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



Signos convencionales

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

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

Los datos que aquí se presentan tienen carácter de provisorios, dado que la información se recopila y actualiza permanentemente, pudiendo ser modificada de acuerdo con nueva información suministrada por las empresas. La suma de los parciales puede no coincidir con el total por redondeo de las cifras. Este relevamiento, de periodicidad trimestral, es representativo de una nómina de empresas de electrodomésticos y Artículos para el Hogar.

Los grupos con mayor participación en las ventas fueron Televisores y afines con 126 millones de pesos (22,8%), Computación y accesorios informáticos con 110 millones de pesos (19,9%), Otros con 101 millones de pesos (18,2%), Heladeras y freezers con 55 millones (10,0%) y Lavarropas, secarropas y lavavajillas con 51 millones de pesos (9,2%); mientras que el resto de los rubros no superó los 50 millones de pesos.

Si se comparan las ventas totales de marzo de 2007 con las del mes anterior, se observa una variación negativa en Equipos de aire acondicionado (44,0%), mientras que en los demás rubros se registró una variación positiva, correspondiendo los incrementos más elevados a: Computación y accesorios informáticos (53,2%) y Lavarropas,

secarropas y lavavajillas (50,1%), mientras que en el resto de los rubros los incrementos no superan el 50%.

Si se compara la variación de marzo de 2007 respecto al mismo mes de 2006, los grupos que reflejan un aumento más significativos son Equipos de aire acondicionado (81,4%), Lavarropas, secarropas y lavavajillas (71,2%) y Computación y accesorios (67,7%).

Si se tiene en cuenta las ventas acumuladas del 2007 respecto al mismo período del año anterior, se observan los mayores incrementos en Computación y accesorios (65,0%), Lavarropas, secarropas y lavavajillas (56,7%) y Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques (53,2%).

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

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2006		2007	respecto al período anterior	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
	Marzo	Febrero	Marzo			
Total	391.266	466.732	553.966	18,7	41,6	36,3
Televisores, videocassetas DVD y filmadoras	118.763	95.962	126.237	31,5	6,3	9,7
Equipos de audio, walkman, radios y similares	28.096	31.134	36.318	16,7	29,3	32,6
Heladeras y freezers	34.961	55.139	55.358	0,4	58,3	52,3
Equipos de aire acondicionado	14.821	47.967	26.885	-44,0	81,4	32,6
Lavarropas, secarropas y lavavajillas	29.922	34.130	51.212	50,1	71,2	56,7
Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques	29.100	34.786	47.117	35,4	61,9	53,2
Computación y accesorios informáticos	65.729	71.950	110.200	53,2	67,7	65,0
Otros	69.875	95.664	100.638	5,2	44,0	33,9

- Análisis de los resultados del I Trimestre de 2007

Las ventas a precios corrientes totalizaron 1.559 millones de pesos. De este total, corresponden 398 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires (26%), 577 millones de pesos a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (37%) y 583 millones de pesos al Resto del país (37%).

Por otra parte, si se comparan las ventas totales a precios corrientes del primer trimestre de 2007 con las correspondientes al primer trimestre de 2006, se observa un incremento de 36%.

La jurisdicción que muestra el mayor aumento respecto al mismo período del año anterior son los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (42%).

Cuadro 5 . Evolución de las ventas a precios corrientes por trimestre, según jurisdicción

Período	Total	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires	Resto del País
Trimestre I 2003	270.975	103.950	91.390	75.636
Trimestre I 2004	523.222	174.387	184.548	164.287
Trimestre I 2005	812.621	243.669	287.700	281.253
Trimestre I 2006	1.144.290	310.017	406.876	427.397
Trimestre I 2007 ^e	1.559.162	398.273	577.461	583.428

Cuadro 6 . Variación interanual de las ventas a precios corrientes por trimestre, según jurisdicción.

Período	Total	Ciudad de Buenos Aires	24 partidos de la provincia de Buenos Aires	Resto del País
Trimestre I 2003	24,7	29,1	21,5	22,9
Trimestre I 2004	93,1	67,8	101,9	117,2
Trimestre I 2005	55,3	39,7	55,9	71,2
Trimestre I 2006	40,8	27,2	41,4	52,0
Trimestre I 2007 ^e	36,3	28,5	41,9	36,5

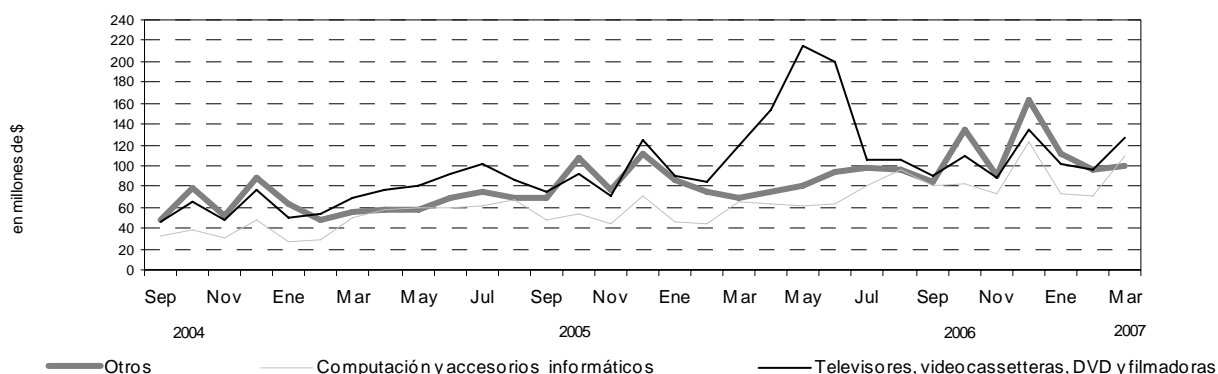
Si se tienen en cuenta las ventas por grupos de artículos, las variaciones más elevadas con respecto al mismo período del año anterior correspondieron a los grupos

Computación y accesorios (65%), Lavarropas, secarropas y lavavajillas (57%), Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques (53%), Heladeras y freezers (52%).

Cuadro 7 . Ventas a precios corrientes por trimestre, según grupos de artículos. Variaciones porcentuales

Grupos de artículos	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual	
	2006		2007	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
	I Trimestre	IV Trimestre	I Trimestre		
Total	1.144.290	1.894.086	1.559.162	36,3	36,3
Televisores, videocassetas, DVD y filmadoras	294.828	331.131	323.450	9,7	9,7
Equipos de audio, walkman, radios y similares	78.682	139.634	104.296	32,6	32,6
Heladeras y freezers	113.399	213.637	172.708	52,3	52,3
Equipos de aire acondicionado	121.588	313.376	161.201	32,6	32,6
Lavarropas, secarropas y lavavajillas	75.929	111.027	119.018	56,7	56,7
Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques	74.877	117.188	114.683	53,2	53,2
Computación y accesorios informáticos	154.877	279.646	255.617	65,0	65,0
Otros	230.110	388.446	308.189	33,9	33,9

Gráfico 3. Evolución mensual de las ventas de los principales grupos de artículos



Al 31 de marzo de 2007, las 101 empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos para el hogar relevadas por la encuesta poseían 725 locales, de los cua-

les 165, es decir el 23%, pertenecían a la Ciudad de Buenos Aires; 295, es decir el 41%, a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires y 265, es decir el 36%, al Resto del país.

Cuadro 8. Cantidad de locales, según jurisdicción, al 31 de marzo de 2007

Jurisdicción	Cantidad de locales
Total	725
Ciudad de Buenos Aires	165
24 Partidos de la Provincia de Buenos Aires	295
Resto del país	265

En cuanto a la distribución del número de empresas por cantidad de locales, la participación mayoritaria se observó en el estrato de 1 a 5 locales, que cuenta con 85 empresas

(84%) y 145 locales (20%). En el extremo opuesto, se ubicó el estrato de empresas con más de 30 locales, que suma 7 empresas (7%) y 466 locales (64%).

Cuadro 9. Cantidad de empresas y de locales, por cantidad de locales

Período	Total		De 1 a 5 locales		De 6 a 15 locales		De 16 a 30 locales		Más de 30 locales	
	Empresas	Locales	Empresas	Locales	Empresas	Locales	Empresas	Locales	Empresas	Locales
al 30/06/2005	103	675	85	145	8	84	4	100	6	346
al 30/09/2005	103	680	85	146	8	84	4	100	6	350
al 31/12/2005	103	695	83	135	10	99	4	103	6	358
al 31/03/2006	103	686	84	136	10	100	3	77	6	373
al 30/06/2006	103	692	84	137	10	100	2	48	7	407
al 30/09/2006	103	700	85	143	9	95	2	49	7	413
al 31/12/2006	102	723	85	145	7	75	3	68	7	435
al 31/03/2007 ^a	101	725	85	145	7	77	2	37	7	466

Al 31 de marzo de 2007, las 101 empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos para el hogar relevadas por la encuesta poseían 725 locales con 343.383 metros cuadrados de superficie de salones de venta.

Por otra parte, las ventas por local alcanzaron a 764

miles de pesos, lo cual representa 1.613 pesos por metro cuadrado.

En el primer trimestre de 2007, el promedio mensual de las ventas fue de 520 millones de pesos, en tanto que las ventas promedio por metro cuadrado alcanzaron a 1.514 pesos.

Cuadro 10. Ventas, cantidad de locales, superficie de los salones de venta, ventas por local y ventas por metro cuadrado a precios corrientes, según jurisdicción

Jurisdicción y Período	Ventas en miles de pesos	Número de locales	Superficie del área de ventas en m ²	Ventas por local en miles de pesos	Ventas por m ² en pesos
Total del país					
2007 Ene ^e	538.464	724	342.883	743,7	1.570,4
Feb ^e	466.732	725	343.383	643,8	1.359,2
Mar ^e	553.966	725	343.383	764,1	1.613,3
Ciudad de Buenos Aires					
2007 Ene ^e	132.990	165	80.932	806,0	1.643,2
Feb ^e	120.630	165	80.932	731,1	1.490,5
Mar ^e	144.653	165	80.932	876,7	1.787,3
24 partidos de la provincia de Buenos Aires					
2007 Ene ^e	201.754	294	145.485	686,2	1.386,8
Feb ^e	172.424	295	145.485	584,5	1.185,2
Mar ^e	203.283	295	145.485	689,1	1.397,3
Resto del país					
2007 Ene ^e	203.720	265	116.566	768,8	1.747,7
Feb ^e	173.678	265	116.566	655,4	1.490,0
Mar ^e	206.030	265	116.566	777,5	1.767,5

Al 31 de marzo de 2007, este conjunto de empresas ocupó a 15.726 personas, de las cuales 14.756, es decir 94%, eran vendedores, cajeros, administrativos y otros; mientras que los

gerentes y otro personal jerárquico representan un 6%. Si se compara al personal total ocupado a marzo de 2007 con el personal relativo a diciembre del año 2006, se verifica un aumento del 4,4%.

Cuadro 11. Personal ocupado por categoría, según función

Período	Total	Gerentes y otro personal jerárquico	Vendedores, cajeros, administrativos y otros
número de personas			
al 31/03/2005	9.853	877	8.976
al 30/06/2005	11.197	889	10.308
al 30/09/2005	12.092	898	11.194
al 31/12/2005	12.514	939	11.575
al 31/03/2006	12.857	895	11.962
al 30/06/2006	13.575	955	12.620
al 30/09/2006	13.703	927	12.776
al 31/12/2006	15.060	960	14.100
al 31/03/2007 ^e	15.726	970	14.756

Cuadro 12. Índices de precios implícitos.
Índice base 2003=100

Período	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	87,1	100,0	99,5	101,2	98,4	
Enero	56,0	100,9	97,6	95,0	93,7	95,8 ^e
Febrero	63,7	101,1	97,5	102,8	95,5	98,1 ^e
Marzo	72,8	101,4	97,3	103,7	98,8	100,9 ^e
Abril	88,8	101,4	98,5	104,0	100,9	
Mayo	91,9	101,8	99,9	103,7	102,0	
Junio	95,8	100,6	100,6	103,6	102,3	
Julio	98,1	100,2	100,7	104,4	101,9	
Agosto	99,4	99,7	102,0	103,1	100,4	
Septiembre	100,2	100,1	100,3	103,0	99,6	
Octubre	100,8	99,3	100,9	100,5	97,9	
Noviembre	101,3	99,5	98,4	95,7	95,3	
Diciembre	101,3	97,9	98,7	98,9	94,3	

Cuadro 13. Variación interanual de los índices de precios implícitos

Período	2003	2004	2005	2006	2007
	14,8	-0,5	1,7	-2,8	
			%		
Enero	80,2	-3,3	-2,7	-1,4	2,2 ^e
Febrero	58,7	-3,6	5,4	-7,1	2,7 ^e
Marzo	39,3	-4,0	6,6	-4,7	2,1 ^e
Abril	14,2	-2,9	5,6	-3,0	
Mayo	10,8	-1,9	3,8	-1,6	
Junio	5,0	0,0	3,0	-1,3	
Julio	2,1	0,5	3,7	-2,4	
Agosto	0,3	2,3	1,1	-2,6	
Septiembre	-0,1	0,2	2,7	-3,3	
Octubre	-1,5	1,6	-0,4	-2,6	
Noviembre	-1,8	-1,1	-2,7	-0,4	
Diciembre	-3,4	0,8	0,2	-4,7	

Cuadro 14. Índices de las ventas a precios promedio de 2003. Índice base 2003=100

Período	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	66,6	100,0	171,5	250,2	363,8	
Enero	98,0	65,6	135,8	237,7	314,6	401,3 ^e
Febrero	69,4	62,7	120,3	158,7	265,3	339,5 ^e
Marzo	84,3	73,8	140,7	190,9	288,7	391,9 ^e
Abril	51,5	73,1	138,8	211,7	320,4	
Mayo	59,5	84,9	151,7	215,5	379,3	
Junio	63,4	86,0	173,6	237,8	371,2	
Julio	54,3	101,9	174,3	260,3	331,1	
Agosto	52,9	112,4	165,1	242,8	341,3	
Septiembre	49,4	102,3	162,7	220,7	318,4	
Octubre	66,9	133,8	224,5	324,5	445,1	
Noviembre	63,4	124,4	180,6	300,6	377,1	
Diciembre	85,9	179,1	290,3	401,2	613,0	

Cuadro 15. Variación interanual de las ventas a precios promedio de 2003

Período	2003	2004	2005	2006	2007
	50,2	71,5	45,9	45,4	
			%		
Enero	-33,1	107,0	75,0	32,4	27,6 ^e
Febrero	-9,7	91,9	31,9	67,2	28,0 ^e
Marzo	-12,5	90,7	35,7	51,2	35,7 ^e
Abril	41,9	89,9	52,5	51,3	
Mayo	42,7	78,7	42,1	76,0	
Junio	35,6	101,9	37,0	56,1	
Julio	87,7	71,1	49,3	27,2	
Agosto	112,5	46,9	47,1	40,6	
Septiembre	107,1	59,0	35,6	44,3	
Octubre	100,0	67,8	44,5	37,2	
Noviembre	96,2	45,2	66,4	25,4	
Diciembre	108,5	62,1	38,2	52,8	