



Encuesta de COMERCIOS DE ELECTRODOMÉSTICOS Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

SEGUNDO TRIMESTRE DE 2006 SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS

Al 30 de junio de 2006, las 103 empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos para el hogar relevadas por la encuesta poseían 692 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.

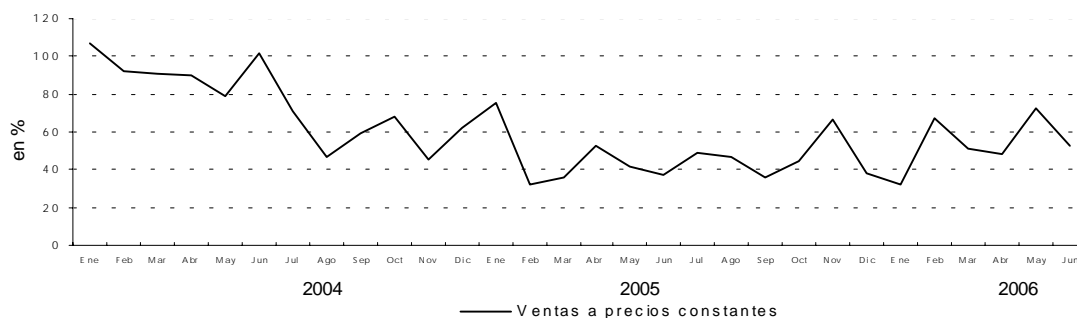
- Ventas a precios constantes:

Las ventas a precios constantes¹ del segundo trimestre de 2006 aumentaron 53,0% respecto a igual período del año anterior, y 53,1% respecto del acumulado concerniente 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
2005			
Trim II	221,7	43,3	45,5
2006			
Trim I	289,5	47,9	47,9
Trim II*	349,5	57,7	53,1
2005			
Octubre	324,5	44,5	44,9
Noviembre	300,6	66,4	47,1
Diciembre	401,2	38,2	45,9
2006			
Enero	314,6	32,4	32,4
Febrero	265,3	67,2	46,3
Marzo	288,7	51,2	47,9
Abril*	313,7	48,2	48,0
Mayo*	371,1	72,2	53,1
Junio*	363,8	53,0	53,1

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 segundo trimestre del año 2006 totalizaron 1.498 millones de pesos. Esto significa un aumento de 57,0% respecto del mismo trimestre del año anterior, un aumento de 30,9% respecto del primer trimestre del año 2006, y un incremento de 49,5% respecto del acumulado concerniente a igual período del año anterior.

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

Período	Ventas en miles de pesos	Variación porcentual		
		respecto al período anterior	respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
2005				
Trim II	954.550	17,5	52,8	53,9
2006				
Trim I	1.144.290	-17,3	40,8	40,8
Trim II*	1.498.377	30,9	57,0	49,5
2005				
Octubre	446.915	43,1	43,1	50,2
Noviembre	393.356	-12,0	60,0	51,2
Diciembre	543.358	38,1	37,6	49,3
2006				
Enero	405.203	-25,4	29,2	29,2
Febrero	347.821	-14,2	54,0	39,6
Marzo	391.266	12,5	43,2	40,8
Abril*	444.531	13,6	45,7	42,2
Mayo*	530.369	19,3	71,5	48,5
Junio*	523.477	-1,3	53,8	49,5

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 Junio 2006

Las ventas a precios corrientes totalizaron 523 millones de pesos. De este total, corresponden 140 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires (27%), 191 millones de pesos a los 24 partidos de la Ciudad de Buenos Aires (36%) y 193 millones de pesos al Resto del país (37%).

Si se comparan las ventas totales de junio de 2006 con las del mes anterior, se observa una disminución de 1,3%. La baja más significativa se registró en la Ciudad de Buenos Aires (2,1%), seguida por los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (1,0%) y el Resto del país (1,0%).

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

2006, con relación a junio de 2005, las ventas totales registraron un aumento de 53,8%.

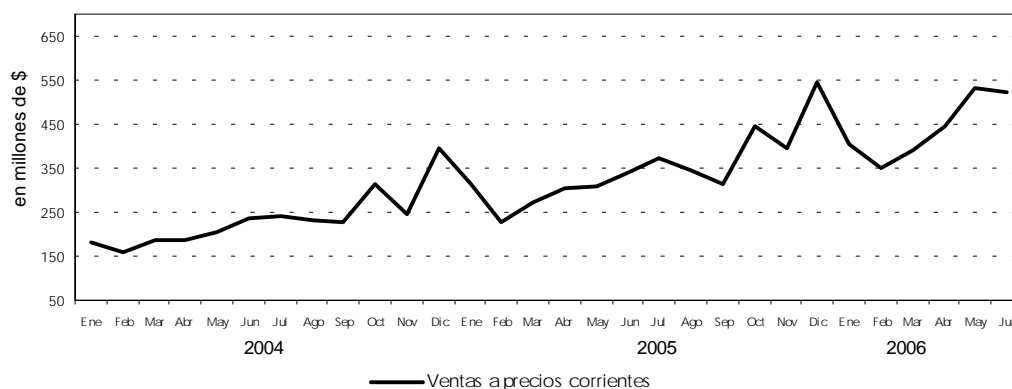
En este caso, la jurisdicción que muestra un mayor incremento fue el Resto del país (59,4%), seguida en orden decreciente por la Ciudad de Buenos Aires (52,1%) y los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (49,7%).

Las ventas del segundo trimestre del año 2006 fueron 49,5% superiores a las del segundo trimestre del año 2005, registrándose el aumento más significativo en el Resto del país (58,7%), seguido por los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (47,5%) y la Ciudad de Buenos Aires (40,9%).

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

Jurisdicción	Ventas a precios corrientes en miles de pesos			Variación porcentual		
	2005	2006		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
		Junio	Mayo			
Total	340.297	530.369	523.477	-1,3	53,8	49,5
Ciudad de Buenos Aires	91.744	142.609	139.556	-2,1	52,1	40,9
24 partidos de la provincia de Buenos Aires	127.335	192.644	190.671	-1,0	49,7	47,5
Resto del país	121.218	195.116	193.250	-1,0	59,4	58,7

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 205 millones de pesos (39%) -coincidiendo ello con un aumento significativo en la comercialización de aparatos televisivos en el mes anterior a la celebración del mundial de fútbol 2006-, Otros con 95 millones de pesos (18%) y Computación y accesorios informáticos con 65 millones de pesos (12%); mientras que el resto de los rubros no supera los 50 millones de pesos.

Si se comparan las ventas totales de junio de 2006 con las del mes anterior, se observa una variación positiva en

los siguientes rubros: Otros (17%), Equipos de audio (6%), Computación y accesorios informáticos (4%) y Lavarropas, secarropas y lavavajillas (3%); en los demás rubros, esta variación fue negativa.

Si se compara la variación de junio de 2006 respecto a junio de 2005, los grupos más significativos son Equipos de aire acondicionado (158%) y Televisores y afines (122%).

Si se tiene en cuenta el acumulado hasta junio de 2006 respecto al mismo período del año anterior, se observan los mayores incrementos en Televisores y afines (109%), Lavarropas, secarropas y lavavajillas (41%) y Otros (37%).

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		
	2005		2006	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
	Junio	Mayo	Junio			
Total	340.297	530.369	523.477	-1,3	53,8	49,5
Televisores, videocassetas DVD y filmadoras	92.435	221.612	205.491	-7,3	122,3	109,0
Equipos de audio, walkman, radios y similares	26.041	28.452	30.103	5,8	15,6	28,2
Heladeras y freezers	22.155	31.022	29.711	-4,2	34,1	35,7
Equipos de aire acondicionado	4.500	12.298	11.609	-5,6	158,0	23,5
Lavarropas, secarropas y lavavajillas	28.883	38.197	39.224	2,7	35,8	41,0
Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques	37.195	55.125	47.244	-14,3	27,0	28,9
Computación y accesorios informáticos	59.852	62.233	64.807	4,1	8,3	22,4
Otros	69.237	81.431	95.288	17,0	37,6	36,7

- Análisis de los resultados del II Trimestre de 2006

Las ventas a precios corrientes totalizaron 1.498 millones de pesos. De este total, corresponden 401 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires (27%), 545 millones de pesos a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (36%) y 552 millones de pesos al Resto del país (37%).

Por otra parte, si se comparan las ventas totales a precios corrientes del segundo trimestre de 2006 con las correspondientes al segundo trimestre de 2005, se observa un incremento de 57%.

La jurisdicción que muestra el mayor incremento respecto al mismo período del año anterior fue el Resto del país (64%).

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
			en miles de \$	
Trimestre II 2003	330.583	119.794	120.934	89.856
Trimestre II 2004	624.715	203.153	226.848	194.714
Trimestre II 2005	954.550	260.789	357.667	336.094
Trimestre II 2006 ^e	1.498.377	400.891	545.171	552.315

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
			en %	
Trimestre II 2003	50,9	43,6	65,2	43,9
Trimestre II 2004	89,0	69,6	87,6	116,7
Trimestre II 2005	52,8	28,4	57,7	72,6
Trimestre II 2006 ^e	57,0	53,7	52,4	64,3

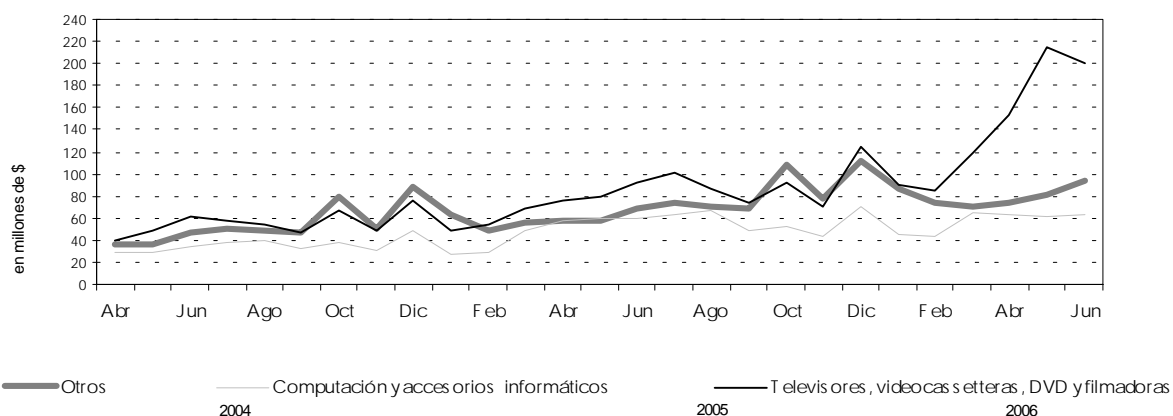
Si se tienen en cuenta las ventas por grupos de artículos, las variaciones más elevadas con respecto al mismo período del año anterior correspondieron a los grupos Equi-

pos de aire acondicionado (146%), Televisores, videocassetas, DVD y filmadoras (135%) y Heladeras, freezers (39%) y Lavarropas, secarropas y lavavajillas (38%).

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	
	2005	2006		respecto a igual período del año anterior	del acumulado desde enero hasta cada mes del año respecto a igual período del año anterior
	II Trimestre	I Trimestre	II Trimestre		
Total	954.550	1.144.290	1.498.377	57,0	49,5
Televisores, videocassetas DVD y filmadoras	248.758	294.828	584.127	134,8	109,0
Equipos de audio, walkman, radios y similares	68.506	78.682	88.083	28,6	28,2
Heladeras y freezers	67.495	113.399	94.009	39,3	35,7
Equipos de aire acondicionado	14.472	121.588	35.538	145,6	23,5
Lavarropas, secarropas y lavavajillas	80.719	75.929	111.055	37,6	41,0
Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques	113.798	74.877	142.205	25,0	28,9
Computación y accesorios informáticos	176.256	154.877	191.211	8,5	22,4
Otros	184.547	230.110	252.148	36,6	36,7

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



Al 30 de junio de 2006, las 103 empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos para el hogar relevadas por la encuesta poseían 692 locales, de los cua-

les 159, es decir el 23%, pertenecían a la Ciudad de Buenos Aires; 283, es decir el 41%, a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires y 250, es decir el 36%, al Resto del país.

Cuadro 8. Cantidad de locales, según jurisdicción, al 30 de junio de 2006

Jurisdicción	Cantidad de locales
Total	692
Ciudad de Buenos Aires	159
24 Partidos de la Provincia de Buenos Aires	283
Resto del país	250

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 84 empresas

(82%) y 137 locales (20%). En el extremo opuesto, se ubicó el estrato de empresas con más de 30 locales, que suma 7 empresas (7%) y 407 locales (59%).

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

En el segundo trimestre de 2006, el promedio mensual de las ventas fue de 499 millones de pesos, en tanto que las ventas promedio por metro cuadrado alcanzaron a 1.514 pesos.

Al 30 de junio de 2006, las 103 empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos para

el hogar relevadas por la encuesta poseían 692 locales con 329.977 metros cuadrados de superficie de salones de venta.

Por otra parte, las ventas por local alcanzaron a 757 miles de pesos, lo cual representa 1.586 pesos por metro cuadrado.

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					
2006Abril ^e	444.531	689	330.058	645,2	1.346,8
Mayo ^e	530.369	692	329.977	766,4	1.607,3
Junio ^e	523.477	692	329.977	756,5	1.586,4
Ciudad de Buenos Aires					
2006Abril ^e	118.726	159	78.764	746,7	1.507,4
Mayo ^e	142.609	159	78.764	896,9	1.810,6
Junio ^e	139.556	159	78.764	877,7	1.771,8
24 partidos de la provincia de Buenos Aires					
2006Abril ^e	161.856	281	138.859	576,0	1.165,6
Mayo ^e	192.644	283	139.564	680,7	1.380,3
Junio ^e	190.671	283	139.564	673,7	1.366,2
Resto del país					
2006Abril ^e	163.949	249	112.435	658,4	1.458,2
Mayo ^e	195.116	250	111.649	780,5	1.747,6
Junio ^e	193.250	250	111.649	773,0	1.730,9

Al 30 de junio de 2006, este conjunto de empresas ocupó a 13.536 personas, de las cuales 13.323, es decir 98%, era personal asalariado. Si se compara a este último con el personal

asalariado del mes de marzo de 2006, se verifica un incremento de 5%, mientras que si se lo compara con el relativo a junio del año 2005, este aumento alcanza a 21%.

Cuadro 11. Personal ocupado por categoría, según función

Período	Total	Personal asalariado	Propietarios	Personal no asalariado	Personal perteneciente a agencias de personal temporario
número de personas					
al 31/03/2005	9.853	9.632	185	18	18
Gerentes y otro personal jerárquico	877	692	185	-	-
Vendedores, cajeros, administrativos y otros	8.976	8940	-	18	18
al 30/06/2005	11.197	10.978	186	15	18
Gerentes y otro personal jerárquico	889	703	186	-	-
Vendedores, cajeros, administrativos y otros	10.308	10275	-	15	18
al 30/09/2005	12.092	11.870	186	20	16
Gerentes y otro personal jerárquico	898	712	186	-	-
Vendedores, cajeros, administrativos y otros	11.194	11158	-	20	16
al 31/12/2005	12.514	12.298	187	16	13
Gerentes y otro personal jerárquico	939	752	187	-	-
Vendedores, cajeros, administrativos y otros	11.575	11546	-	16	13
al 31/03/2006	12.857	12.646	181	15	15
Gerentes y otro personal jerárquico	895	714	181	-	-
Vendedores, cajeros, administrativos y otros	11.962	11932	-	15	15
al 30/06/2006^e	13.536	13.323	183	15	15
Gerentes y otro personal jerárquico	955	772	183	-	-
Vendedores, cajeros, administrativos y otros	12.620	12551	-	15	54

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

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

Cuadro 13. Variación interanual de los índices de precios implícitos

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

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

Período	2002	2003	2004	2005	2006
		66,6	100,0	171,5	250,2
Enero	98,0	65,6	135,8	237,7	314,6
Febrero	69,4	62,7	120,3	158,7	265,3
Marzo	84,3	73,8	140,7	190,9	288,7
Abril	51,5	73,1	138,8	211,7	313,7 ^e
Mayo	59,5	84,9	151,7	215,5	371,1 ^e
Junio	63,4	86,0	173,6	237,8	363,8 ^e
Julio	54,3	101,9	174,3	260,3	
Agosto	52,9	112,4	165,1	242,8	
Septiembre	49,4	102,3	162,7	220,7	
Octubre	66,9	133,8	224,5	324,5	
Noviembre	63,4	124,4	180,6	300,6	
Diciembre	85,9	179,1	290,3	401,2	

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

Período	2003	2004	2005	2006
		% 50,2	71,5	45,9
Enero	-33,1	107,0	75,0	32,4
Febrero	-9,7	91,9	31,9	67,2
Marzo	-12,5	90,7	35,7	51,2
Abril	41,9	89,9	52,5	48,2 ^e
Mayo	42,7	78,7	42,1	72,2 ^e
Junio	35,6	101,9	37,0	53,0 ^e
Julio	87,7	71,1	49,3	
Agosto	112,5	46,9	47,1	
Septiembre	107,1	59,0	35,6	
Octubre	100,0	67,8	44,5	
Noviembre	96,2	45,2	66,4	
Diciembre	108,5	62,1	38,2	