



Buenos Aires, 24 de Septiembre de 2007

Encuesta de COMERCIOS DE ELECTRODOMÉSTICOS Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

SEGUNDO TRIMESTRE DE 2007 SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS

Al 30 de junio de 2007, las 101 empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos para el hogar relevadas por la encuesta poseían 738 locales, de los cuales el 22% pertenecía a la Ciudad de Buenos Aires, el 41% a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires y el 37% al Resto del país.

-Ventas a precios corrientes:

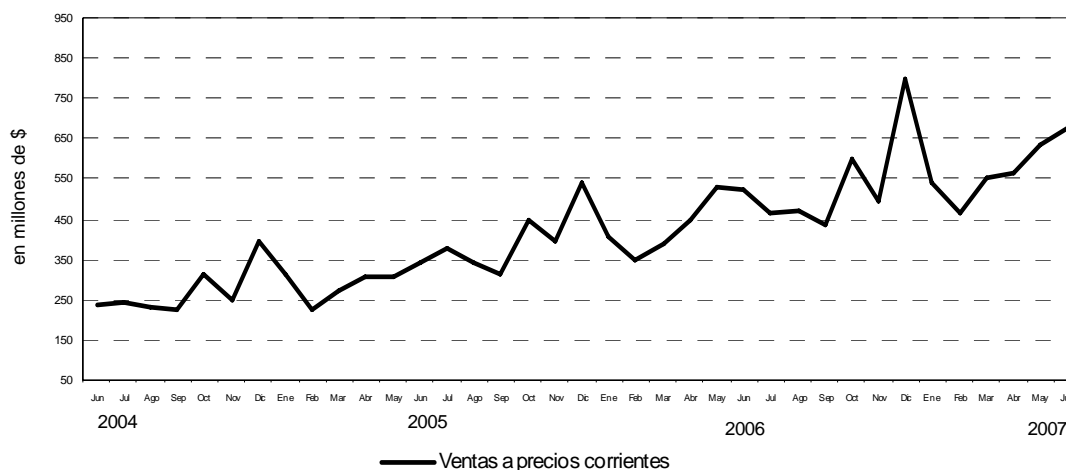
Las ventas a precios corrientes del segundo trimestre del año 2007 totalizaron 1.866,9 millones de pesos. Esto significa un aumento de 24,6% respecto a igual trimestre del año anterior y de 19,8% respecto del primer trimestre del 2007.

Las ventas de junio totalizaron 673,2 millones de pesos, lo cual significa un incremento del 6,6% respecto al periodo anterior y un 28,6% respecto a igual período del año anterior.

Cuadro 1. 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 II				
2006	1.498,4	30,9	57,0	49,5
2007	1.866,9	19,8	24,6	29,6
2006 Abr	444,5	13,6	45,7	42,2
May	530,4	19,3	71,5	48,5
Jun	523,5	-1,3	53,8	49,5
2007 Abr*	562,0	1,5	26,4	33,5
May*	631,7	12,4	19,1	29,9
Jun*	673,2	6,6	28,6	29,6

Gráfico 1. Evolución de las ventas totales a precios corrientes.



VENTAS A PRECIOS CORRIENTES

- Análisis de los resultados de Junio 2007

Las ventas a precios corrientes totalizaron 673 millones de pesos. De este total, corresponden 177 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires (26%), 249 millones de pesos a los 24 partidos de la Ciudad de Buenos Aires (37%) y 247 millones de pesos al Resto del país (37%).

Si se comparan las ventas totales de junio de 2007 con las del mes anterior, se observa un aumento de 6,6%. La suba más significativa se registró en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (8,5%), seguido por la Ciudad de Buenos Aires (7,1%) y por el Resto del país (4,3%).

Por otra parte, si se tiene en cuenta la variación de junio de 2007 con relación a igual mes del 2006, las ventas totales registraron un aumento de 28,6%.

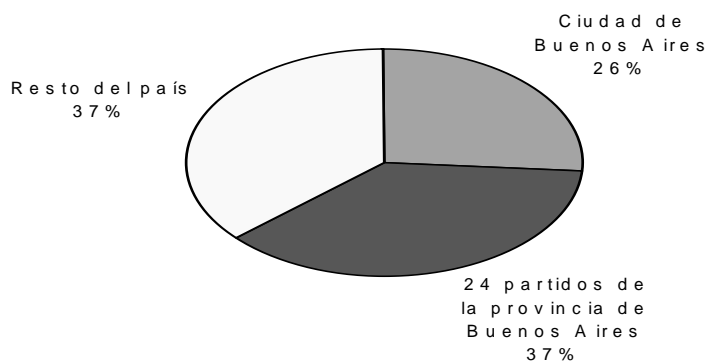
En este caso, la jurisdicción que muestra un mayor incremento fueron los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (30,6%), seguido por el Resto del país (27,9%) y la Ciudad de Buenos Aires (26,8%).

Las ventas acumuladas del 2007 fueron 29,6% superiores a las del año 2006, registrándose el aumento más significativo en los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (32,6%), seguidos por el Resto del país (30,9%) y la Ciudad de Buenos Aires (24,0%).

Cuadro 2. 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
	Junio	Mayo	Junio			
Total	523.477	631.742	673.217	6,6	28,6	29,6
Ciudad de Buenos Aires	139.556	165.231	176.971	7,1	26,8	24,0
24 partidos de la provincia de Buenos Aires	190.671	229.608	249.085	8,5	30,6	32,6
Resto del país	193.250	236.903	247.161	4,3	27,9	30,9

Gráfico 2. 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 161 millones de pesos (24,0%), Computación y accesorios informáticos con 137 millones de pesos (20,3%), Otros con 126 millones de pesos (18,7%), Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques con 78 millones (11,6%) y Lavarropas, secarropas y lavavajillas con 61 millones de pesos (9,0%); mientras que el resto de los rubros no superó los 50 millones de pesos.

Efectuando la comparación de las ventas totales de junio de 2007 con las del mes anterior, se observan variaciones positivas en los siguientes rubros: Otros (24,5%), Equipos de audio, walkman, radios y similares (18,8%), Televisores, videocaseteras, DVD y filmadoras (13,5%), mientras que en el resto de los rubros este incremento no supera el 10%. Solamente 3 grupos de artículos presentan

disminuciones: Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques (12,2%), Heladeras y freezers (2,7%) y Equipos de aire acondicionado (1,1%).

Si se compara la variación de junio de 2007 respecto al mismo mes de 2006, los grupos que reflejan un aumento más significativos son Equipos de aire acondicionado (113,2%), Computación y accesorios (110,7%) y Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques (65,5%).

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 (80,4%), Lavarropas, secarropas y lavavajillas (59,2%) y Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques (55,6%).

Cuadro 3. 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
	Junio	Mayo	Junio			
Total	523.477	631.742	673.217	6,6	28,6	29,6
Televisores, videocaseteras DVD y filmadoras	205.491	142.065	161.276	13,5	-21,5	-12,8
Equipos de audio, walkman, radios y similares	30.103	34.621	41.133	18,8	36,6	30,3
Heladeras y freezers	29.711	45.893	44.646	-2,7	50,3	51,1
Equipos de aire acondicionado	11.609	25.031	24.747	-1,1	113,2	48,6
Lavarropas, secarropas y lavavajillas	39.224	59.876	60.814	1,6	55,0	59,2
Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques	47.244	89.076	78.181	-12,2	65,5	55,6
Computación y accesorios informáticos	64.807	134.101	136.542	1,8	110,7	80,4
Otros	95.288	101.078	125.878	24,5	32,1	31,8

- Análisis de los resultados del II Trimestre de 2007

Las ventas a precios corrientes totalizaron 1.867 millones de pesos. De este total, corresponden 483 millones de pesos a la Ciudad de Buenos Aires (26%), 685 millones de pesos a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires (37%) y 699 millones de pesos al Resto del país (37%). (Cuadro 4)

Por otra parte, si se comparan las ventas totales a precios corrientes del segundo trimestre de 2007 con las correspondientes al segundo trimestre de 2006, se observa un incremento de 25%.

La jurisdicción que muestra el mayor aumento respecto al mismo período del año anterior es Resto del país (27%). (Cuadro 5)

Cuadro 4 . 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 II 2002	219.053	83.428	73.193	62.432
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	1.498.377	400.891	545.171	552.315
Trimestre II 2007*	1.866.892	483.530	684.612	698.750

Cuadro 5. 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 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	57,0	53,7	52,4	64,3
Trimestre II 2007*	24,6	20,6	25,6	26,5

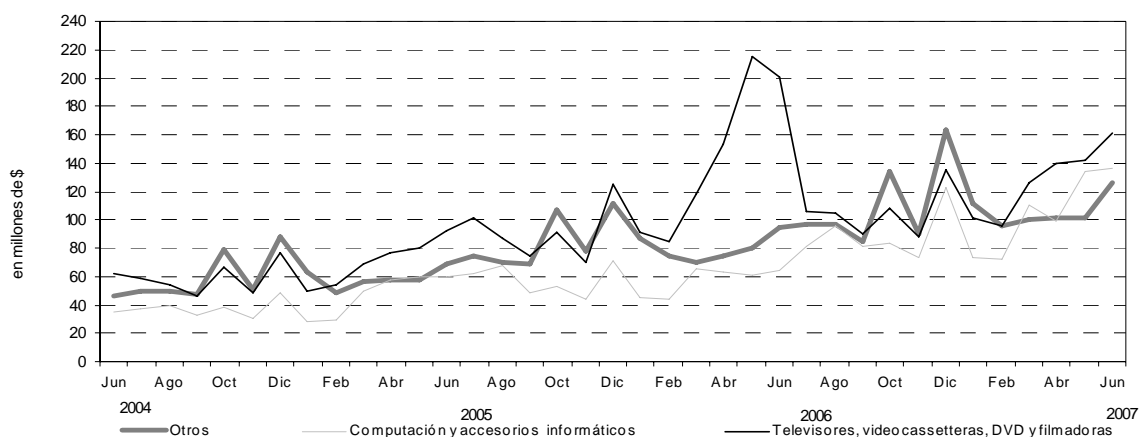
Si se tienen en cuenta las ventas por grupos de artículos, las variaciones más elevadas con respecto al mismo período del año anterior correspondieron a los rubros: Equipos de aire acondicionado (103%), Computación y acce-

sorios (93%), Lavarropas, secarropas y lavavajillas (61%) y Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques (57%). (Cuadro 6)

Cuadro 6. 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
	II Trimestre	I Trimestre	II Trimestre		
Total	1.498.377	1.558.616	1.866.892	24,6	29,6
Televisores, videocaseteras DVD y filmadoras	584.127	323.296	442.749	-24,2	-12,8
Equipos de audio, walkman, radios y similares	88.083	104.538	112.776	28,0	30,3
Heladeras y freezers	94.009	172.793	140.584	49,5	51,1
Equipos de aire acondicionado	35.538	161.529	71.971	102,5	48,6
Lavarropas, secarropas y lavavajillas	111.055	119.116	178.600	60,8	59,2
Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques	142.205	114.778	223.029	56,8	55,6
Computación y accesorios informáticos	191.211	255.012	369.254	93,1	80,4
Otros	252.148	307.553	327.930	30,1	31,8

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



Al 30 de junio de 2007, las 101 empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos para el hogar relevadas por la encuesta poseían 738 locales, de los cua-

les 167, es decir el 22%, pertenecían a la Ciudad de Buenos Aires; 299, es decir el 41%, a los 24 partidos de la provincia de Buenos Aires y 272, es decir el 37%, al Resto del país.

Cuadro 7. Cantidad de locales, según jurisdicción, al 30 de junio de 2007

Jurisdicción	Cantidad de locales
Total	738
Ciudad de Buenos Aires	167
24 Partidos de la Provincia de Buenos Aires	299
Resto del país	272

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 473 locales (64%).

Cuadro 8. 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	101	725	85	145	7	77	2	37	7	466
al 30/06/2007*	101	738	85	145	6	64	3	56	7	473

Al 30 de junio de 2007, las 101 empresas comercializadoras de electrodomésticos y artículos para el hogar relevadas por la encuesta poseían 738 locales con 349.113 metros cuadrados de superficie de salones de venta.

Por otra parte, las ventas por local alcanzaron a 912

miles de pesos, lo cual representa 1.928 pesos por metro cuadrado.

En el segundo trimestre de 2007, el promedio mensual de las ventas fue de 622 millones de pesos, en tanto que las ventas promedio por metro cuadrado alcanzaron a 1.794 pesos.

Cuadro 9. 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 Abr*	561.933	726	344.187	774,0	1.632,6
May*	631.742	733	346.917	861,9	1.821,0
Jun*	673.217	738	349.113	912,2	1.928,4
Ciudad de Buenos Aires					
2007 Abr*	141.328	166	81.102	851,4	1.742,6
May*	165.231	166	81.102	995,4	2.037,3
Jun*	176.971	167	81.647	1.059,7	2.167,5
24 partidos de la provincia de Buenos Aires					
2007 Abr*	205.919	295	146.102	698,0	1.409,4
May*	229.608	297	146.852	773,1	1.563,5
Jun*	249.085	299	148.032	833,1	1.682,6
Resto del país					
2007 Abr*	214.686	265	116.983	810,1	1.835,2
May*	236.903	270	118.963	877,4	1.991,4
Jun*	247.161	272	119.434	908,7	2.069,4

Al 30 de junio de 2007, este conjunto de empresas ocupó a 16.142 personas, de las cuales 15.135, 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 junio de 2007 con el personal relativo al trimestre anterior, se verifica un aumento del 2,7%.

Cuadro 10. 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	15.725	969	14.756
al 30/06/2007*	16.142	1.007	15.135

VENTAS A PRECIOS CONSTANTES

- Análisis de los resultados del segundo trimestre de 2007

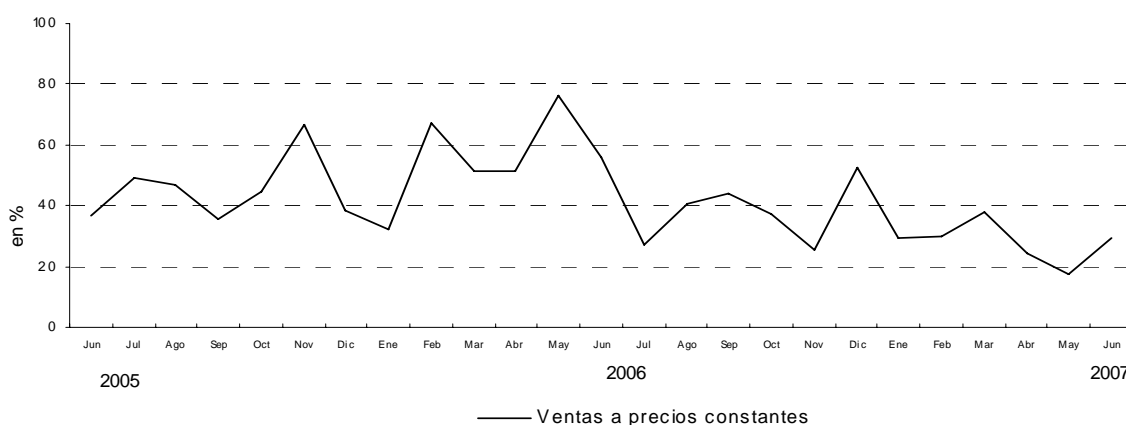
Las ventas a precios constantes¹ del segundo trimestre de 2007 aumentaron 23,8% respecto a igual período del año anterior.

El mes de junio registró el mayor incremento respecto a igual mes del año anterior (29,4%), mientras que en abril y mayo las subas fueron de 24,4% y de 17,7%, respectivamente.

Cuadro 11. Evolución de las ventas a precios

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 II			
2006	357,0	61,0	54,9
2007	441,8	23,8	27,7
2006 Abr	320,4	51,3	48,8
May	379,3	76,0	54,6
Jun	371,2	56,1	54,9
2007 Abr*	398,6	24,4	30,3
May*	446,6	17,7	27,3
Jun*	480,3	29,4	27,7

Gráfico 4. Ventas a precios constantes. Variación porcentual respecto a igual período del año anterior



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.

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
Febrero	63,7	101,1	97,5	102,8	95,5	98,2
Marzo	72,8	101,4	97,3	103,7	98,8	100,9
Abril	88,8	101,4	98,5	104,0	100,9	102,1
Mayo	91,9	101,8	99,9	103,7	102,0	102,4
Junio	95,8	100,6	100,6	103,6	102,3	101,4
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
Febrero	58,7	-3,6	5,4	-7,1	2,8
Marzo	39,3	-4,0	6,6	-4,7	2,1
Abril	14,2	-2,9	5,6	-3,0	1,2*
Mayo	10,8	-1,9	3,8	-1,6	0,4*
Junio	5,0	0,0	3,0	-1,3	-0,9*
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	407,2
Febrero	69,4	62,7	120,3	158,7	265,3	344,8
Marzo	84,3	73,8	140,7	190,9	288,7	398,1
Abril	51,5	73,1	138,8	211,7	320,4	398,6*
Mayo	59,5	84,9	151,7	215,5	379,3	446,6*
Junio	63,4	86,0	173,6	237,8	371,2	480,3*
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	29,4
Febrero	-9,7	91,9	31,9	67,2	30,0
Marzo	-12,5	90,7	35,7	51,2	37,9
Abril	41,9	89,9	52,5	51,3	24,4*
Mayo	42,7	78,7	42,1	76,0	17,7*
Junio	35,6	101,9	37,0	56,1	29,4*
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	