

REGIÓN NORTE GRANDE



Desempeño del programa AHORA 12 en el NEA-NOA

1°cuatrimestre 2022



Norte Grande: el programa Ahora 12 generó \$ 31.855 millones en ventas en la región

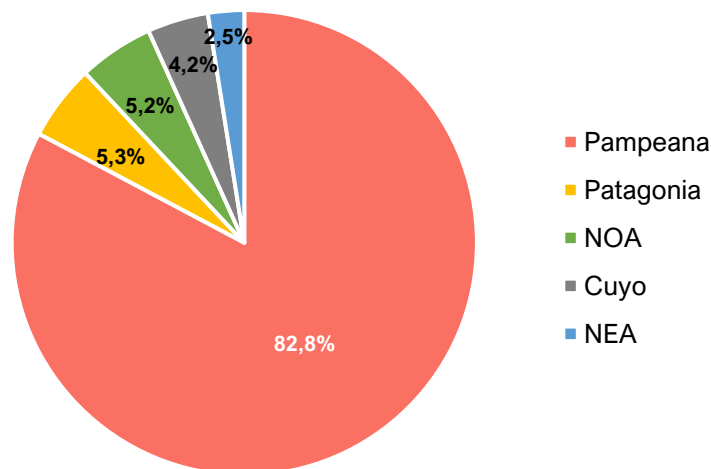
El programa vinculado al fomento del consumo *Ahora 12*, durante el primer cuatrimestre del 2022 generó ventas por \$ 31.855 millones en el Norte Grande, creciendo 86,7% en relación con igual período de 2021, siendo así el mayor incremento entre las regiones del país. Visto por rubros, el de Electrodomésticos fue el de mayor volumen de facturación, con el 29,5% del total.

Desempeño del programa a nivel nacional

En los primeros cuatro meses del 2022, las ventas realizadas en el marco de programa Ahora 12 totalizaron \$411.406,1 millones en todo el país, exhibiendo un incremento del 76,9% interanual, superando con amplitud el alza de precios del mismo período.

En ese contexto, la región Pampeana tiene fuerte predominio: concentra el 82,8% del total de la facturación, y muy lejos quedó la Patagonia, que ocupa el segundo lugar, con el 5,3%. El podio se completa con el NOA (5,3% del total nacional), y el ranking de regiones se cierra con Cuyo (4,2%) y el NEA (2,5%). Por ende, el Norte Grande a nivel consolidada participa del 7,7% de las ventas del programa en todo el país.

Gráfico 1. Participación %, por regiones, sobre el total país. 1° cuatrimestre 2022



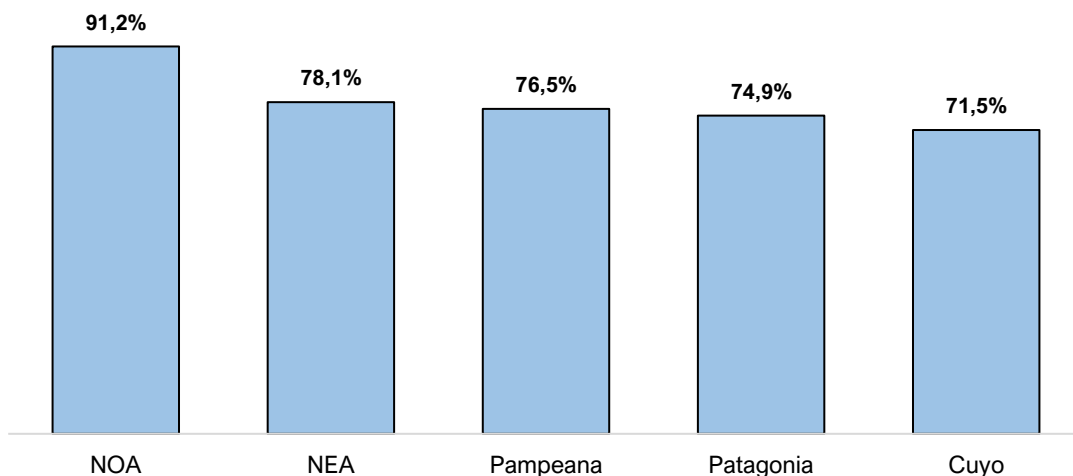
Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación



Los desempeños de las regiones han sido en todos los casos ampliamente positivas, lo que ratifica la hipótesis de que este programa colaboró de manera fundamental al fomento del consumo en todo el territorio nacional. Así como el total país exhibió una suba del 76,9% contra igual período de 2021, el NOA y NEA experimentaron a su vez las mayores alzas entre las regiones, con subas del 91,2% y 78,1%, respectivamente.

Por su parte, la región Pampeana culminó el período con un alza del 76,5%, casi en línea con el total nacional, y la Patagonia (74,9%) y Cuyo (71,5%) cierran el ranking. Puede observarse entonces que, en todos los casos, las subas fueron superiores al 70%, mientras que el IPC de este período exhibía un incremento del 58%; por ende, la suba real es holgada.

Gráfico 2. Variación % interanual, por regiones. 1° cuatrimestre 2022



Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación

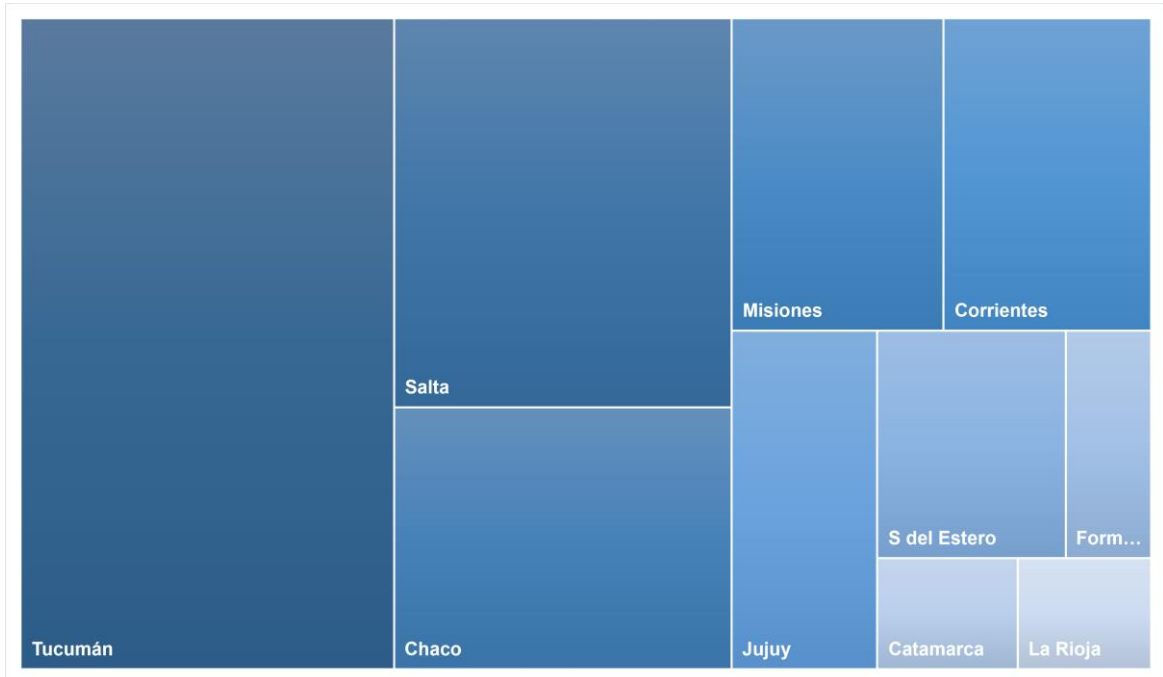
Desempeño del programa en el Norte Grande

El volumen total de facturación que generó el programa Ahora 12 en el Norte Grande, durante el primer cuatrimestre 2022, fue por \$ 31.855 millones. En ese marco, Tucumán, Salta y Chaco se destacan como las de mayor facturación, concentrando el 33,0%, 17,8% y 12,0% del total regional. Es decir, entre estas tres explican 63 de cada 100 pesos facturados por el programa. Más atrás quedan Misiones (9,0%), Corrientes



(8,8%), Jujuy (6,7%), Santiago del Estero (5,8%), Formosa (2,6%), Catamarca (2,1%) y tierra La Rioja (2,0%).

Gráfico 3. Participación %, por provincias, sobre el total regional del Norte Grande. 1° cuatrimestre 2022



Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación

Todas las provincias que conforman el Norte Grande exhibieron altas tasas de crecimiento en la comparación interanual: tres de ellas incrementaron su facturación en más del 100%: Formosa, Tucumán y La Rioja; es decir, la provincia de principal volumen de venta y dos de las de menor participación.

Misiones se ubica cuarta en la región con una suba del 82,5%, y entre 70% y 80% de variación se ubicaron Jujuy, Catamarca, Corrientes y Salta; por debajo de 70% pero superior al 60% quedaron Chaco y Santiago del Estero, las de menor nivel de suba en la región. Cabe señalar que estas dos últimas, junto a Corrientes y Salta, son las únicas cuatro en el Norte Grande que crecieron en niveles inferiores a la media nacional.

En los casos formoseños y riojanos, que mostraron dos de las tres mayores subas de la región y del país, se observan impactos positivos no solo de la ampliación del programa

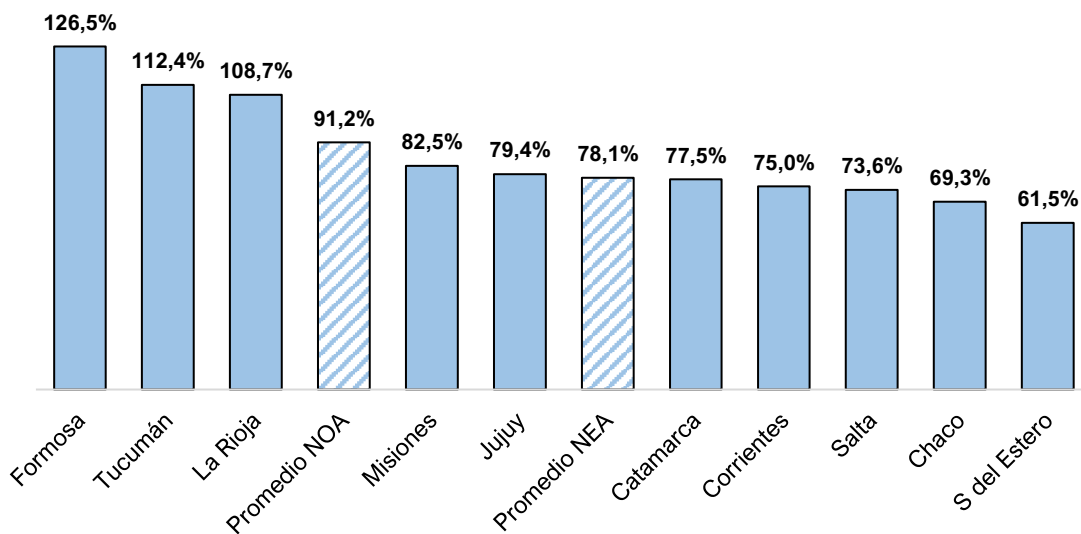


y de oferentes, sino también de productos financieros, como las tarjetas de crédito. Históricamente, se trata de dos provincias donde la oferta del programa estaba condicionada en primer lugar por cantidad menor de comercios adheridos, pero sobre todo por un nivel relativamente bajo de uso de productos financieros; tras la pandemia, pero sobre todo en el último año (en línea con el crecimiento de la actividad económica) el volumen de personas con acceso a paquetes financieros creció.

En el caso tucumano, la otra provincia de mayor crecimiento regional/nacional, la clave estuvo en mayor cantidad de oferentes y ampliación de programa, ayudado por las tasas que durante este período aplicó el programa, situación que se modificó luego por suba de éstas.

En Misiones, por su parte, se observa una situación muy particular: la provincia cuenta con un programa propio (“Ahora Misiones”) que abarca a una amplia gama de rubros, y si bien tiene algunas limitaciones respecto a Ahora 12 (por ejemplo, días específicos de promociones, bonificaciones y facilidades de financiamiento en plazos; o bancos participantes – BNA, Macro y Credicoop), es altamente usado por los habitantes de la provincia, compitiendo con el Ahora 12, situación que no se observa en las otras provincias.

Gráfico 4. Variación % interanual, por provincias del Norte Grande. 1° cuatrimestre 2022



Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación

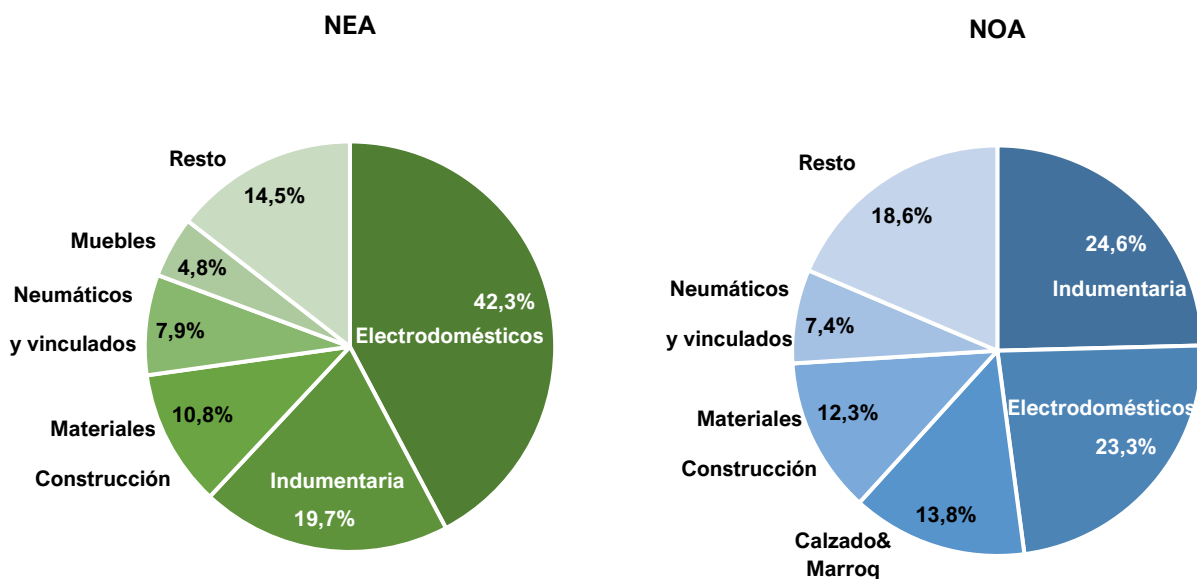


Rubros de mayor venta en el Norte Grande

A nivel general de la región, los tres rubros de mayor volumen de ventas fueron “Electrodomésticos” (29,5% del total regional), “Indumentaria” (23,0%) y “Materiales para la construcción” (11,8%). Sin embargo, desagregando por región y por provincias, hay situaciones cambiantes.

El NEA en particular mostró igual distribución que el Norte Grande consolidado, pero con mucha mayor participación de los electrodomésticos (alcanza el 42,3%) y algo menor en los otros dos (indumentaria con 19,75 y materiales para la construcción con 10,8%); en el NOA, por su parte, el rubro líder fue Indumentaria (24,6%) seguido de cerca por electrodomésticos (23,3%), pero el tercer lugar no fue de los materiales para la construcción, sino para “Calzado y Marroquinería” (13,8%), rubro que en el general del Norte Grande se ubicó cuarto.

Gráfico 5. Participación % por principales rubros. NEA y NOA. 1° cuatrimestre 2022



Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación



Visto por provincias, en ocho provincias el rubro líder fue Electrodomésticos (Catamarca, Chaco, Corrientes, Formosa, Jujuy, La Rioja, Misiones y Salta); en cambio, en las otras dos, Santiago de Estero y Tucumán, el que lideró fue Indumentaria. Pero hay importantes brechas en este punto. Por caso, en el Chaco el rubro líder concentró el 50% de las ventas totales; pero en Santiago del Estero, solo el 22,6%, evidenciando así mayor concentración de otros rubros.

En la mayoría de las provincias, electrodomésticos, indumentaria y materiales para la construcción conforman el top tres de mayores ventas, pero hay algunas excepciones: en Catamarca, los materiales para la construcción quedan afuera del podio y ese lugar fue ocupado por Neumáticos, repuestos y accesorios; en Jujuy, el tercer lugar (también reemplazando a los materiales) fue para calzado y marroquinería, y también se ve eso en Tucumán, donde ese rubro culminó segundo, desplazando a los electrodomésticos al tercer lugar.

Tabla 1. Participación % por principales rubros. Provincias del Norte Grande. 1° cuatrimestre 2022

| Provincias | 1° rubro de mayor venta | | 2° rubro de mayor venta | | 3° rubro de mayor venta | |
|---------------------|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|---------------------------|--------------|
| | Rubro | Partic % | Rubro | Partic % | Rubro | Partic % |
| Catamarca | Electrodomésticos | 48,7% | Indumentaria | 21,0% | Neumáticos y rpto | 8,8% |
| Chaco | Electrodomésticos | 50,0% | Indumentaria | 17,0% | Materiales p/const | 10,8% |
| Corrientes | Electrodomésticos | 35,9% | Indumentaria | 26,9% | Materiales p/const | 8,4% |
| Formosa | Electrodomésticos | 47,4% | Indumentaria | 19,0% | Materiales p/const | 8,2% |
| Jujuy | Electrodomésticos | 35,2% | Indumentaria | 18,0% | Calzado y Marroq. | 9,8% |
| La Rioja | Electrodomésticos | 36,4% | Indumentaria | 23,1% | Materiales p/const | 17,7% |
| Misiones | Electrodomésticos | 36,6% | Indumentaria | 16,5% | Materiales p/const | 13,9% |
| Salta | Electrodomésticos | 25,1% | Indumentaria | 25,7% | Materiales p/const | 16,6% |
| S del Estero | Indumentaria | 22,6% | Electrodomésticos | 22,2% | Materiales p/const | 16,9% |
| Tucumán | Indumentaria | 26,0% | Calzado y Marroq. | 20,8% | Electrodomésticos | 1,7% |
| NEA | Electrodomésticos | 42,3% | Indumentaria | 19,7% | Materiales p/const | 10,8% |
| NOA | Indumentaria | 24,6% | Electrodomésticos | 23,3% | Calzado y Marroq. | 13,8% |
| Norte Grande | Electrodomésticos | 29,5% | Indumentaria | 23,0% | Materiales p/const | 11,8% |

Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación



Por su parte, ¿cuáles fueron los rubros de mayor crecimiento año/año en el Norte Grande? En este punto, hay ciertas cuestiones para tener en cuenta para poder realizar un mejor análisis de los resultados.

En primer lugar, el hecho de que el programa cuenta con variaciones frecuente, que incluye la inclusión o exclusión de determinados rubros y/o productos, y que naturalmente generan cierta distorsión al analizar sus desempeños acumulados en el período.

En segundo lugar, la cantidad de comercios adheridos, no solo en volumen sino también en categoría de productos a ofrecer. Más allá de las categorías más tradicionales (electrodomésticos, indumentaria, calzado, colchones, etc.), hay otros la oferta es sustancialmente menor, como los servicios (deportivos, de organización de eventos, equipamiento médico, medicamentos, etc.).

Otro punto clave es aquellos que, afectados en mayor nivel por la pandemia, recién sobre finales del 2021 pudieron recomponer su actividad y naturalmente pueden ver rendimientos muy superiores en el primer cuatrimestre del 2022. Aquí, por caso, se encuentran las ventas vinculadas al turismo.

Dicho esto, el rubro que mostró el mayor crecimiento año/año fue el de Medicamentos, con una suba del 1.004,2% año/año, impulsado por mayor adhesión de comercios, pero también por suba de precios que impulsó a más personas a adquirir dichos productos con esquemas de financiamiento. Sin embargo, se trata de un rubro con escasa participación sobre el total del Norte Grane (apenas el 0,5%, con ventas por \$ 163,4 millones).

Muy lejos, pero con subas muy significativas, quedaron el segundo y tercer lugar del ranking nacional: Talleres de reparación de vehículos automotores y bicicletas con +315% interanual (con ventas por \$ 4,4 millones, 0,01% del total regional) y luego Neumáticos, repuestos y accesorios con +305,7% interanual, aunque tiene una participación bastante mayor que los otros dos (7,6% del total regional, con facturación de \$ 2.407,7 millones).



Detrás, otros tres rubros crecieron por encima del 200%: equipamiento médico, libros y turismo. Este último se destaca justamente por su reactivación, tras largos meses donde estuvo frenada por las restricciones de la pandemia.

Con ventas creciendo por encima del 100%, se posicionan luego calzado y marroquinería (un rubro de alta participación en el total regional con el 10,8%), motocicletas, juguetes y juegos de azar, artefactos de iluminación y perfumería.

Por debajo del 100%, pero encima del 58% (registro del IPC interanual), vemos a indumentaria, electrodomésticos, instrumentos musicales, muebles, alimentos e higiene personal, anteojos y colchones. Aquí la importancia fundamental es que los dos rubros de mayor volumen de ventas crecen por encima del alza de precios del período, impulsando el crecimiento a nivel general regional.

Por su parte, el resto de los rubros mostraron subas nominales por debajo del alza del IPC, y entre ellos se destaca materiales de construcción, junto a otros como artículos de librería, computadoras y maquinaria y herramienta.

Finalmente, los rubros de servicios varios, junto a bicicletas exhibieron caídas, explicados particularmente por diversas exclusiones del programa.

Tabla 2. Variación % interanual por rubros. Región del Norte Grande. 1° cuatrimestre 2022

| Rubros | Variac % nominal interanual |
|--|-----------------------------|
| Medicamentos | 1004,2% |
| Talleres de reparación de vehículos automotores y bicicletas | 315,0% |
| Neumáticos, accesorios y repuestos | 305,7% |
| Equipamiento médico | 223,4% |
| Libros | 202,9% |
| Turismo | 202,3% |
| Calzado y Marroquinería | 176,9% |
| Motocicletas | 143,4% |
| Juguetes y Juegos de mesa | 121,6% |
| Artefactos de iluminación | 112,8% |
| Perfumería | 104,0% |
| Indumentaria | 93,8% |
| Total | 86,7% |
| Electrodomésticos | 83,2% |
| Instrumentos musicales | 75,7% |



| | |
|---|--------|
| Muebles | 75,3% |
| Alimentos, bebidas y productos de higiene personal y limpieza | 59,6% |
| Anteojos | 59,3% |
| Colchones | 58,0% |
| Materiales para la construcción | 45,8% |
| Artículos de Librería | 36,1% |
| Computadoras, notebooks y tabletas | 28,1% |
| Máquinas y Herramientas | 18,0% |
| Servicios varios | -28,9% |
| Bicicletas | -98,1% |

Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación

Por provincia, existen comportamientos relativamente similares, con fuertes desvíos en los desempeños por rubros. Si nos detenemos solamente en los cuatro principales, hay resultados altamente positivos.

En lo referido a calzado y marroquinería, las diez provincias exhiben alzas con picos en Tucumán (+231,2%) y piso en Salta (+87,7%).

En electrodomésticos, la suba mayor se ve en Jujuy (+121,5%) y la menor en Corrientes (+47,6%), siendo de hecho la única provincia en registrar una caída real en este rubro al contrastar con el alza de precios.

Respecto a indumentaria, la mayor suba estuvo en La Rioja (147,5%) y la menor en Chaco (+68,3%).

Finalmente, en materiales para la construcción, Formosa tuvo la mayor suba (+119,4%), mientras que Catamarca registró el peor resultado, con caída nominal del 4,9%.



Tabla 3. Variación % interanual nominal de los cuatro principales rubros de venta y total provincial.

Provincias del Norte Grande. 1° cuatrimestre 2022

| rubro - variac % interanuales nominales | Catamarca | Chaco | Corrientes | Formosa | Jujuy | La Rioja | Misiones | Salta | S del Estero | Tucumán |
|---|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|-----------------|---------------|
| Calzado y Marroquinería | 125,0% | 143,9% | 186,2% | 200,5% | 109,8% | 167,6% | 115,6% | 87,7% | 91,5% | 231,2% |
| Electrodomésticos | 111,1% | 70,6% | 47,6% | 119,2% | 121,5% | 114,0% | 79,1% | 96,4% | 64,9% | 92,0% |
| Indumentaria | 110,7% | 68,3% | 101,3% | 152,8% | 80,3% | 147,5% | 100,4% | 101,5% | 92,4% | 90,4% |
| Materiales para la construcción | -4,9% | 60,0% | 97,0% | 119,4% | 11,2% | 62,7% | 86,4% | 45,4% | 19,5% | 34,9% |
| Total | 77,5% | 69,3% | 75,0% | 126,5% | 79,4% | 108,5% | 82,5% | 73,6% | 61,5% | 112,4% |

Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación



ANEXO

Ventas en millones de pesos corrientes, variaciones % interanuales nominales y participación % sobre el total regional

| | 1° Cuatri-2021 | 1° Cuatri-2022 | VAR % | PART % REG |
|---------------------|--------------------|--------------------|--------------|---------------|
| Catamarca | \$ 380,3 | \$ 675,1 | 77,5% | 2,1% |
| Chaco | \$ 2.257,5 | \$ 3.821,6 | 69,3% | 12,0% |
| Corrientes | \$ 1.606,8 | \$ 2.811,3 | 75,0% | 8,8% |
| Formosa | \$ 371,0 | \$ 840,5 | 126,5% | 2,6% |
| Jujuy | \$ 1.189,7 | \$ 2.134,4 | 79,4% | 6,7% |
| La Rioja | \$ 307,6 | \$ 642,1 | 108,7% | 2,0% |
| Misiones | \$ 1.569,1 | \$ 2.864,3 | 82,5% | 9,0% |
| Salta | \$ 3.273,4 | \$ 5.683,0 | 73,6% | 17,8% |
| S del Estero | \$ 1.148,5 | \$ 1.854,9 | 61,5% | 5,8% |
| Tucumán | \$ 4.955,9 | \$ 10.527,7 | 112,4% | 33,0% |
| NEA | \$ 5.804,3 | \$ 10.337,7 | 78,1% | 32,5% |
| NOA | \$ 11.255,4 | \$ 21.517,1 | 91,2% | 67,5% |
| Norte Grande | \$ 17.059,8 | \$ 31.854,8 | 86,7% | 100,0% |

Participación % por rubros sobre el total regional, por provincia

| | Catamarca | Chaco | Corrientes | Formosa | Jujuy | La Rioja | Misiones | Salta | S del Estero | Tucumán |
|-------------------------------------|-----------|-------|------------|---------|-------|----------|----------|-------|--------------|---------|
| Alimentos, bebidas e higiene | 0,1% | 0,1% | 0,7% | 0,5% | 0,9% | 0,0% | 0,2% | 0,7% | 0,0% | 4,5% |
| Anteojos | 0,5% | 1,4% | 2,5% | 1,2% | 2,7% | 1,3% | 0,9% | 2,2% | 1,9% | 1,5% |
| Artef. iluminación | 0,3% | 0,1% | 0,4% | 0,6% | 0,3% | 0,3% | 0,4% | 1,0% | 0,3% | 0,2% |
| Artic. Librería | 0,2% | 0,3% | 0,6% | 0,6% | 1,6% | 0,0% | 0,4% | 0,3% | 0,1% | 0,1% |
| Balnearios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Bicicletas | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% |
| Calzado y Marroq. | 7,1% | 3,8% | 6,4% | 3,5% | 9,8% | 2,9% | 3,6% | 6,4% | 7,9% | 20,8% |
| Colchones | 1,3% | 0,7% | 1,1% | 1,1% | 0,5% | 1,2% | 2,0% | 2,2% | 1,1% | 1,1% |
| Computadoras e inform. | 0,2% | 0,2% | 0,4% | 0,7% | 0,5% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 1,3% | 0,8% |
| Electrodomésticos | 48,7% | 50,0% | 35,9% | 47,4% | 35,2% | 36,4% | 36,6% | 25,1% | 22,2% | 17,7% |
| Equipam. médico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Indumentaria | 21,0% | 17,0% | 26,9% | 19,0% | 18,0% | 23,1% | 16,5% | 25,7% | 22,6% | 26,0% |



| | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Instrum. musicales | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 0,0% |
| Juguetes y j. mesa | 0,8% | 0,5% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 1,3% | 0,3% | 1,2% | 0,9% | 0,7% |
| Libros | 0,0% | 0,2% | 0,3% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,1% | 0,2% | 0,0% | 0,2% |
| Máquinas y Herramientas | 0,4% | 0,1% | 0,4% | 0,5% | 0,4% | 0,8% | 0,6% | 0,7% | 0,6% | 0,2% |
| Materiales construcción | 5,9% | 10,8% | 8,4% | 8,2% | 5,8% | 17,7% | 13,9% | 16,6% | 16,8% | 10,5% |
| Medicamentos | 0,2% | 0,1% | 0,1% | 0,8% | 0,1% | 0,2% | 0,1% | 0,6% | 0,1% | 1,0% |
| Motocicletas | 0,5% | 1,1% | 0,5% | 1,1% | 1,3% | 0,5% | 1,4% | 1,7% | 0,4% | 2,4% |
| Muebles | 1,8% | 5,7% | 3,9% | 4,3% | 7,9% | 2,5% | 4,8% | 3,5% | 5,0% | 4,4% |
| Neumáticos y otros | 8,8% | 6,0% | 8,3% | 8,2% | 8,1% | 8,2% | 10,0% | 7,8% | 7,9% | 6,8% |
| Perfumería | 1,9% | 1,5% | 1,2% | 0,4% | 0,7% | 0,5% | 0,4% | 0,4% | 1,3% | 0,3% |
| Servicios varios | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,3% | 0,1% | 0,1% | 0,2% | 0,1% | 0,1% | 0,1% |
| Sin clasificar | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Talleres de vehículos | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Turismo | 0,1% | 0,3% | 1,5% | 0,8% | 2,9% | 2,8% | 7,5% | 2,9% | 8,7% | 0,4% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Variación % interanual por rubros, por provincia

| | Catamarca | Chaco | Corrientes | Formosa | Jujuy | La Rioja | Misiones | Salta | S del Estero | Tucumán |
|-------------------------------------|-----------|--------|------------|---------|---------|----------|----------|---------|--------------|---------|
| Alimentos, bebidas e higiene | -94,1% | 135,2% | -16,4% | -27,7% | -69,6% | -97,0% | 209,7% | -65,7% | -96,5% | 380,0% |
| Anteojos | 15,8% | 50,8% | 36,9% | 130,6% | 90,3% | 80,9% | 35,7% | 73,8% | 41,6% | 59,7% |
| Artef. iluminación | 532,1% | 24,8% | 14,1% | 754,8% | 19,5% | 153,6% | 39,9% | 350,5% | 228,7% | 34,3% |
| Artíc. Librería | 127,3% | 90,1% | 216,0% | 44,7% | -32,4% | 204,0% | 185,8% | 80,3% | 157,8% | 549,0% |
| Balnearios | -100,0% | // | -100,0% | // | -100,0% | -100,0% | // | -100,0% | -100,0% | -100,0% |
| Bicicletas | -100,0% | 100,0% | -99,8% | -100,0% | -99,9% | -100,0% | -100,0% | -97,2% | -88,8% | -99,9% |
| Calzado y Marroq. | 125,0% | 143,9% | 186,2% | 200,5% | 109,8% | 167,6% | 115,6% | 87,7% | 91,5% | 231,2% |
| Colchones | 90,7% | 60,2% | 38,7% | 64,6% | 67,7% | 27,9% | 67,0% | 75,5% | 30,4% | 47,8% |
| Computadoras e inform. | -46,8% | -32,1% | 22,8% | 267,4% | 219,8% | 25,2% | -40,4% | -68,6% | 6,6% | 211,1% |
| Electrodomésticos | 111,1% | 70,6% | 47,6% | 119,2% | 121,5% | 114,0% | 79,1% | 96,4% | 64,9% | 92,0% |
| Equipam. médico | // | 137,0% | -100,0% | // | // | // | // | 328,9% | // | 180,0% |
| Indumentaria | 110,7% | 68,3% | 101,3% | 152,8% | 80,3% | 147,5% | 100,4% | 101,5% | 92,4% | 90,4% |



| | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|
| Instrum. musicales | 11,3% | 13,1% | -100,0% | // | 109,0% | -100,0% | 17467,1% | 48,8% | 62,7% | 210,3% |
| Juguetes y j. mesa | 60,7% | 100,5% | 68,4% | 12,5% | 113,7% | 139,3% | 19,8% | 186,8% | 161,2% | 113,7% |
| Libros | 52,1% | 112,5% | 112,2% | 64,6% | 553,5% | 1313,1% | 32,2% | 101,8% | -38,1% | 91,9% |
| Máquinas y Herramientas | 123,4% | -15,1% | 52,5% | 1152,7% | -26,0% | 34,4% | 55,4% | -6,8% | 31,3% | 46,1% |
| Materiales construcción | -4,9% | 60,0% | 97,0% | 119,4% | 11,2% | 62,7% | 86,4% | 45,4% | 19,5% | 34,9% |
| Medicamentos | 4678,9% | 196,3% | 1680,1% | 477,9% | 5868,7% | 3168,0% | 329,9% | 911,4% | 286,2% | 1297,8% |
| Motocicletas | 781,2% | 45,3% | 24,2% | 48,2% | 253,2% | -0,5% | 76,6% | 89,1% | 80,0% | 270,6% |
| Muebles | -35,7% | 42,0% | 59,0% | 76,1% | 50,8% | 141,3% | 63,7% | 81,6% | 161,4% | 110,5% |
| Neumáticos y otros | 715,6% | 628,9% | 353,0% | 214,0% | 453,1% | 285,4% | 520,9% | 106,8% | 385,4% | 389,5% |
| Perfumeria | 269,3% | 217,7% | 275,0% | -6,1% | 1573,6% | 796,3% | 55,9% | 42,5% | 53,5% | 2,2% |
| Servicios varios | 402,1% | -84,2% | -61,8% | 1260,5% | 23,4% | -59,6% | -21,4% | 17,7% | 294,4% | 7,9% |
| Sin clasificar | -100,0% | - | -95,1% | -100,0% | -100,0% | -100,0% | -100,0% | -100,0% | -100,0% | -100,0% |
| Talleres de vehiculos | // | // | // | 317,0% | // | // | -100,0% | // | // | // |
| Turismo | 2152,7% | 68,8% | 585,8% | 3183,0% | 120,4% | 1937,6% | 190,5% | 151,2% | 219,2% | 435,9% |
| TOTAL | 77,5% | 69,3% | 75,0% | 126,5% | 79,4% | 108,5% | 82,5% | 73,6% | 61,5% | 112,4% |