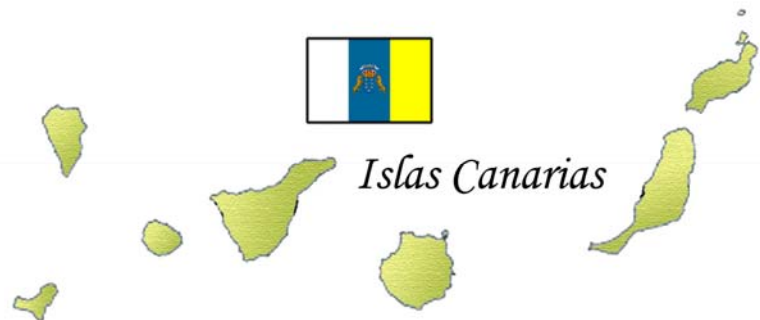


COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LAS ISLAS CANARIAS

DATOS GENERALES:

POBLACIÓN		1.915.540
VENTAS DEL SECTOR EN 2005 (Millones de Euros)		381,00
NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS		239
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES	162	
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES	21	
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES	12	
INDEPENDIENTES Y OTROS	44	
VENTAS POR HABITANTE (Euros)		198,90






En la Comunidad Autónoma de las Islas Canarias operan el 2,24% de los establecimientos del sector a nivel nacional y generan el 3,14% de las ventas, con datos de 2006. En los dos últimos años (2006 – 2005) Canarias prácticamente ha mantenido sus tiendas (239 frente a 249) y las ventas se han incrementado en un 4,18%, algo por debajo de la media del sector que se sitúa en un 6,81%.

Lo más característico del sector en las Islas es la estabilidad de los datos, como se puede observar en los cuadros siguientes.

El crecimiento en oferta ha crecido de 217 puntos de venta en 2003 a 240 en el 2006, es decir, un 10,59%. Las ventas, sin embargo, han aumentado en un 41,28%, siguiendo la evolución del sector. En todo caso, el consumo por habitante es bajo (198,90 euros / habitante), muy por debajo de la media del país y solamente superior que Ceuta y Melilla.

Respecto de las enseñas se encuentran presentes la mitad de las nacionales. Como cadenas horizontales operan: Cedise (incluyendo a Acción), Euronics, Idea y Master (que conformarán Prometeus) y Segesa Redder. De las cadenas verticales es Media Markt el único grupo presente. La oferta de las grandes superficies se encuentra cubierta con todas las enseñas (excepto Eroski).

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES	
	<p>ACCION CEDISE</p> <p>EURONICS</p> <p>IDEA MASTER</p> <p>SEGESA REDDER</p>
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES	
	<p>BEEP</p> <p>CENTRO MAIL</p> <p>MEDIA MARKT</p> <p>PHONE HOUSE</p>
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES	
	<p>ALCAMPO CARREFOUR EL CORTE INGLES</p> <p>HIPERCOR</p>
INDEPENDIENTES Y OTROS	

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS.

		2003	2004	2005	2006
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES					
	ACTIVA				
	ACCION				
	CEDISE	9	10	11	11
	CONFORT	2			
	EURONICS	23	31	32	30
	EXPERT				
	IDEA	42	42	42	42
	MASTER	16	22	22	21
	MEDIMAX				
	MILAR				
	SEGESA REDDER	20	29	55	55
	TIEN 21	24			
	TOTAL E.A. / C.H.	136	134	162	159
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES					
	BAZAR EL REGALO				
	BEEP	6	6	6	8
	BOULANGER				
	CENTRO MAIL	9	9	9	10
	CONFORAMA				
	ELITE				
	FNAC				
	IVARTE				
	MEDIA MARKT	1	1	1	1
	MENAJE DEL HOGAR				
	MIRO				
	PHONE HOUSE			5	6
	PC CITY				
	SAN LUIS				
	URENDE				
	TOTAL E. / C.V.	16	16	21	25
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES					
	ALCAMPO	3	3	3	3
	CARREFOUR	4	4	4	4
	EL CORTE INGLES	4	4	4	4
	EROSKI				
	HIPERCOR	1	1	1	1
	LECLERC				
	TOTAL G. / G.S.	12	12	12	12
INDEPENDIENTES Y OTROS		53	49	44	44
	TOTAL I. Y OTROS	53	49	44	44
TOTALES		217	211	239	240

El número de establecimientos, con datos de 2006, se distribuye en:

- Horizontales: 159.
- Verticales: 25.
- Grandes Superficies: 12.
- Independientes y otros: 44.

En el período de tiempo 2003 – 2006 el mayor incremento en valor absoluto se ha producido en las cadenas agrupadas con 23 nuevas Tiendas. Sin embargo,

en porcentaje el mayor incremento se ha dado en las verticales que han pasado de 16 a 25 centros lo que implica un aumento del 56,25%.

En porcentajes la mayor presencia se encuentra en las Cadenas Agrupadas con un destacado 66,25% en 2006, viendo el cuadro siguiente.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

ESP. AGR. / CAD. HOR.	2003		2004		2005		2006	
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
ACTIVA		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
ACCION		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
CEDISE	9	4,15%	10	4,74%	11	4,60%	11	4,58%
CONFORT	2	0,92%		0,00%		0,00%		0,00%
EURONICS	23	10,60%	31	14,69%	32	13,39%	30	12,50%
EXPERT		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
IDEA	42	19,35%	42	19,91%	42	17,57%	42	17,50%
MASTER	16	7,37%	22	10,43%	22	9,21%	21	8,75%
MEDIMAX		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
MILAR		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
SEGESA REDDER	20	9,22%	29	13,74%	55	23,01%	55	22,92%
TIEN 21	24	11,06%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL E.A. / C.H.	136	62,67%	134	63,51%	162	67,78%	159	66,25%
ESPEC. / CAD. VER.								
BAZAR EL REGALO		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
BEEP	6	2,76%	6	2,84%	6	2,51%	8	3,33%
BOULANGER		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
CENTRO MAIL	9	4,15%	9	4,27%	9	3,77%	10	4,17%
CONFORAMA		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
ELITE		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
FNAC		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
IVARTE		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
MEDIA MARKET	1	0,46%	1	0,47%	1	0,42%	1	0,42%
MENAJE DEL HOGAR		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
MIRO		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
PHONE HOUSE		0,00%		0,00%	5	2,09%	6	2,50%
PC CITY		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
SAN LUIS		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
URENDE		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL E. / C.V.	16	7,37%	16	7,58%	21	8,79%	25	10,42%
GENER. / GRA. SUP.								
ALCAMPO	3	1,38%	3	1,42%	3	1,26%	3	1,25%
CARREFOUR	4	1,84%	4	1,90%	4	1,67%	4	1,67%
EL CORTE INGLES	4	1,84%	4	1,90%	4	1,67%	4	1,67%
EROSKI		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
HIPERCOR	1	0,46%	1	0,47%	1	0,42%	1	0,42%
LECLERC		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL G. / G.S.	12	5,53%	12	5,69%	12	5,02%	12	5,00%
INDEPENDIENTES Y OTROS	53	24,42%	49	23,22%	44	18,41%	44	18,33%
TOTAL I. Y OTROS	53	24,42%	49	23,22%	44	18,41%	44	18,33%
TOTALES	217	100,00%	211	100,00%	239	100,00%	240	100,00%

Las ventas anuales, como se ha indicado, han pasado de 281 en 2003 a 397 millones de euros en 2006. Supone un aumento de 116 millones.

El primer competidor es Idea con 32 millones, seguido de Segesa Redder con 23. En el caso de producirse la unión de Idea y Master la cifra total estimada será de 43 millones.

En cadenas verticales, Media Markt es el único oferente (nota.- se recuerda que las ventas de marcas especialistas en comunicaciones e informática solamente se encuentran incluidas en el apartado de Independientes y Otros) y su cifra de ventas se puede estimar en 43 millones de euros anuales.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

VENTAS ANUALES.

		2003	2004	2005	2006	2006 -2003
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES						
	ACTIVA	0	0	0	0	0
	ACCION	0	0			0
	CEDISE	6	8	8	9	4
	CONFORT					0
	EURONICS	9	19	20	14	5
	EXPERT	0	0	0	0	0
	IDEA	30	30	30	32	2
	MASTER	7	8	10	11	4
	MEDIMAX					0
	MILAR	0	0			0
	SEGESA REDDER	10	16	21	23	13
	TIEN 21	9	0	0	0	-9
	TOTAL E.A. / C.H.	71	80	89	89	19
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES						
	BAZAR EL REGALO	0	0	0	0	0
	BEEP	0	0	0	0	0
	BOULANGER	0	0	0	0	0
	CENTRO MAIL	0	0	0	0	0
	CONFORAMA	0	0	0	0	0
	ELITE	0	0	0	0	0
	FNAC	0	0	0	0	0
	IVARTE	0	0	0	0	0
	MEDIA MARKT	26	33	43	43	17
	MENAJE DEL HOGAR	0	0	0	0	0
	MIRO	0	0	0	0	0
	PHONE HOUSE	0	0	0	0	0
	PC CITY	0	0	0	0	0
	SAN LUIS	0	0	0	0	0
	URENDE	0	0	0	0	0
	TOTAL E. / C.V.	26	33	43	43	17
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES						
	ALCAMPO	15	15	12	13	-2
	CARREFOUR	24	28	24	27	3
	EL CORTE INGLES	44	56	72	73	29
	EROSKI					0
	HIPERCOR					0
	LECLERC					0
	TOTAL G. / G.S.	83	99	108	113	30
INDEPENDIENTES Y OTROS		100	124	141	151	51
	TOTAL I. Y OTROS	100	124	141	151	51
TOTALES		281	337	381	397	116

Las grandes superficies ocupan un papel importante en el sector en las Islas Canarias generando 113 millones de euros de ventas. El Corte Inglés con 73 millones estimados es el líder con gran diferencia.

Finalmente, a los Independientes y Otros se les asigna una facturación conjunta algo superior a los 150 millones. Como se ha comentado en otros apartados del estudio es un bloque muy heterogéneo, centrado en la oferta vinculada con las nuevas tecnologías.

Nota.- en el cuadro anterior y siguiente se reflejan diferencias de unidad debido al redondeo en millones.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

VENTAS POR MARCAS

		2003		2004		2005		2006	
		Ventas	Cuota de Mercado	Ventas	Cuota de Mercado	Ventas	Cuota de Mercado	Ventas	Cuota de Mercado
ESP. AGR. / CAD. HOR.									
	ACTIVA ACCION CEDISE CONFORT EURONICS EXPERT IDEA MASTER MEDIMAX MILAR SEGESA REDDER TIEN 21 / SINERSIS	72	25,84%	78	23,29%	85	22,32%	89	22,54%
ESPEC. / CAD. VER.									
	BAZAR EL REGALO BOULANGER CONFORAMA ELITE FNAC MEDIA MARKT MENAJE DEL HOGAR MIRO SAN LUIS URENDE	26	9,27%	33	9,81%	43	11,29%	43	10,94%
GENER. / GRA. SUP.									
	ALCAMPO CARREFOUR EL CORTE INGLES EROSKI HIPERCOR LECLERC	83	29,59%	99	29,43%	108	28,34%	113	28,47%
INDEPENDIENTES Y OTROS		99	35,30%	126	37,46%	145	38,05%	151	38,05%
TOTALES		280	100,00%	336	100,00%	381	100,00%	397	100,00%

Respecto de Cuotas de Mercado, aparte de lo comentado sobre los Independientes y otros, son las Grandes Superficies los principales agentes del sector en las Islas con un 28,47%.

Le siguen las cadenas horizontales con un 22,54% y finalmente las verticales con un 10,94%.

Como puede deducirse de los datos del cuadro anterior, y a diferencia de otras Comunidades, las cuotas permanecen relativamente equivalentes en el período 2003 – 2006. La mayor variación se ha producido en las tiendas agrupadas que han perdido algo más del 3%. Por otro lado, las verticales aumentan aproximadamente 1,5 puntos porcentuales, en el citado período.

Lo que sí es significativo que este incremento de 1,5 puntos pertenece a una sola marca (Media Markt) (ver cuadro de la página siguiente). Debería seguirse la evolución en el tiempo ya que estamos hablando de una cuota que ya sitúa en casi el 11%.

En resumen, las cadenas horizontales y las grandes superficies reducen su cuota y las cadenas verticales y los independientes y otros aumentan, 4% de reducción y de aumento, respectivamente.

Principales competidores, por tanto, son: El Corte Inglés (18,40%), Media Markt (10,94%) e Idea y Master (8,06% y 2,77%).

Otros datos finales (referidos a 2005) se incluyen en el último cuadro y reflejan la magnitud del sector. En las Islas existe una oferta de 239 establecimientos, que cifran 381 millones de euros, con una superficie de venta algo superior a los 55.000 metros cuadrados y generando un empleo directo de 1.222 puestos de trabajo.

Estudio sobre el nivel de concentración de la Competencia en el Sector de Venta de Electrodomésticos.
(Período 2003 – 2006).

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

VENTAS POR MARCAS

ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES	2003		2004		2005		2006	
	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%
ACTIVA	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ACCION	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
CEDISE	6	2,10%	8	2,28%	8	2,21%	9	2,38%
CONFORT	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
EURONICS	7	2,50%	17	5,05%	16	4,20%	14	3,53%
EXPERT	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
IDEA	30	10,65%	30	8,88%	30	7,84%	32	8,06%
MASTER	7	2,53%	8	2,31%	10	2,56%	11	2,77%
MEDIMAX	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
MILAR	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
SEGESA REDDER	10	3,43%	16	4,78%	21	5,51%	23	5,80%
TIEN 21 / SINERSIS	13	4,63%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL E.A. / C.H.	72	25,84%	78	23,29%	85	22,32%	89	22,54%
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES								
BAZAR EL REGALO	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
BEEP	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
BOULANGER	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
CENTRO MAIL	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
CONFORAMA	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ELITE	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
FNAC	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
IVARTE	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
MEDIA MARKT	26	9,27%	33	9,81%	43	11,29%	43	10,94%
MENAJE DEL HOGAR	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
MIRO	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
PHONE HOUSE	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
PC CITY	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
SAN LUIS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
URENDE	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL E. / C.V.	26	9,27%	33	9,81%	43	11,29%	43	10,94%
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES								
ALCAMPO	15	5,35%	15	4,46%	12	3,15%	13	3,28%
CARREFOUR	24	8,56%	28	8,32%	24	6,30%	27	6,80%
EL CORTE INGLES	44	15,69%	56	16,65%	72	18,90%	73	18,40%
EROSKI	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
HIPERCOR	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
LECLERC	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL G. / G.S.	83	29,59%	99	29,43%	108	28,34%	113	28,47%
OTROS / TELEFONIA/INFORMATICA								
	99	35,30%	126	37,46%	145	38,05%	151	38,05%
TOTAL I. Y OTROS	99	35,30%	126	37,46%	145	38,05%	151	38,05%
TOTALES	280	100,00%	336	100,00%	381	100,00%	397	100,00%

*Estudio sobre el nivel de concentración de la Competencia en el Sector de Venta de Electrodomésticos.
(Período 2003 – 2006).*

DETALLE ESTABLECIMIENTOS

2005

ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES		Ventas	Nº Tiendas	Superficie Media por Tienda	Superficie Total	Ocupación Media por Tienda	Ocupación Total
	ACTIVA	0	0	150	0	4	0
	ACCION	0	0		0	5	0
	CEDISE	8	11	230	2.530	4	44
	CONFORT	0	0		0	4	0
	EURONICS	20	32	180	5.760	3	96
	EXPERT	0	0	190	0	4	0
	IDEA	30	42	270	11.340	4	168
	MASTER	10	22	160	3.520	3	66
	MEDIMAX	0	0		0		0
	MILAR	0	0		0	4	0
	SEGESA REDDER	21	55	190	10.450	4	220
	TIEN 21 / SINERSIS	0	0	175	0	12	0
	TOTAL E.A. / C.H.	89	162		33.600		594
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES							
	BAZAR EL REGALO	0	0	350	0	6	0
	BOULANGER	0	0	3.000	0	30	0
	CONFORAMA	0	0	1.000	0	14	0
	ELITE	0	0	160	0	2	0
	FNAC	0	0	2.690	0	7	0
	MEDIA MARKT	43	1	2.433	2.433	90	90
	MENAJE DEL HOGAR	0	0	930	0		0
	MIRO	0	0	777	0	12	0
	SAN LUIS	0	0		0		0
	URENDE	0	0	2.000	0		0
	TOTAL E. / C.V.	43	1		2.433		90
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES							
	ALCAMPO	12	3	800	2.400	14	42
	CARREFOUR	24	4	800	3.200	14	56
	EL CORTE INGLES	72	4	1.500	6.000	30	120
	EROSKI		0	800	0	14	0
	HIPERCOR		1		0		0
	LECLERC		0		0		0
	TOTAL G. / G.S.	108	12		11.600		218
INDEPENDIENTES Y OTROS		141	64	120	7.680	5	320
	TOTAL I. Y OTROS	141	64		7.680		320
TOTALES 2005		381	239		55.313		1.222