

(Período 2003 – 2006).

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EXTREMADURA

DATOS GENERALES:

| | | |
|--|-----|-----------|
| POBLACIÓN | | 1.075.286 |
| VENTAS DEL SECTOR EN 2005 (Millones de Euros) | | 311,00 |
| NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS | | 412 |
| ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES | 354 | |
| ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES | 24 | |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | 9 | |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | 25 | |
| VENTAS POR HABITANTE (Euros) | | 289,23 |



(Período 2003 – 2006).

En el cuadro que vemos en la pagina siguiente, nos muestra los datos de los dos últimos ejercicios, 2005 y 2006, referidos tanto a número de establecimientos como datos de venta. Extremadura presenta una oferta de 412 establecimientos en el 2005 y de 421 en el 2006. Esto se corresponde con un 3,70% del total nacional en 2005 y un 3,93% del total nacional en el 2006, es decir que no solo mantiene el porcentaje de representación, además presenta una tendencia al alza.

En cuanto a las ventas, el porcentaje baja aproximadamente un punto en relación al porcentaje de representación. Extremadura concentra las ventas del 2,63% en el 2005 y 2,63 en el 2006. Mismo dato de ventas en porcentaje para los dos ejercicios.

Considerando la variación entre ambos años, del número de tiendas, vemos que crece en 9 establecimientos, lo que representa una variable positiva del 2,18%, estando la media nacional en -3,97%.

Respecto de las ventas, estas crecen en 21 millones de Euros, pasando de 311 millones de Euros en el 2005 a 332 millones de Euros en 2006. Este incremento supone un 6,75%, estando la media nacional en 6,81%.

Como resumen, destacar la tendencia al alza en número de establecimientos, diferenciándose de los datos a nivel nacional que marcan una tendencia contraria, y por otro lado cifras de crecimiento en ventas en la misma línea de la media nacional.

Nota.- como se ha indicado en la parte general del estudio, las cifras de 2006 tienen un carácter provisional por la cercanía del cierre del ejercicio.

(Período 2003 – 2006).

TIENDAS Y VENTAS POR COMUNIDADES (2005 - 2006).

| COMUNIDAD | TIENDAS | | | | VENTAS | | | |
|-------------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
| | 2005 | % 2005 | 2006 | % 2006 | 2005 | % 2005 | 2006 | % 2006 |
| ANDALUCÍA | 2.517 | 22,58% | 2.420 | 22,61% | 2.140 | 18,08% | 2.307 | 18,25% |
| ARAGON | 325 | 2,92% | 332 | 3,10% | 344 | 2,91% | 350 | 2,77% |
| ASTURIAS | 275 | 2,47% | 278 | 2,60% | 363 | 3,07% | 376 | 2,97% |
| BALEARES | 278 | 2,49% | 240 | 2,24% | 257 | 2,17% | 261 | 2,06% |
| CANARIAS | 239 | 2,14% | 240 | 2,24% | 381 | 3,22% | 397 | 3,14% |
| CANTABRIA | 155 | 1,39% | 153 | 1,43% | 151 | 1,27% | 161 | 1,27% |
| CASTILLA Y LEON | 658 | 5,90% | 600 | 5,61% | 642 | 5,42% | 681 | 5,39% |
| CASTILLA - LA MANCHA | 658 | 5,90% | 641 | 5,99% | 562 | 4,75% | 577 | 4,56% |
| CATALUÑA | 1.540 | 13,82% | 1.405 | 13,13% | 1.780 | 15,04% | 1.922 | 15,20% |
| EXTREMADURA | 412 | 3,70% | 421 | 3,93% | 311 | 2,63% | 332 | 2,63% |
| GALICIA | 788 | 7,07% | 797 | 7,45% | 622 | 5,26% | 653 | 5,16% |
| LA RIOJA | 88 | 0,79% | 73 | 0,68% | 107 | 0,91% | 113 | 0,89% |
| MADRID | 884 | 7,93% | 857 | 8,01% | 1.618 | 13,67% | 1.775 | 14,04% |
| MURCIA | 374 | 3,36% | 362 | 3,38% | 366 | 3,09% | 423 | 3,35% |
| NAVARRA | 162 | 1,45% | 152 | 1,42% | 140 | 1,18% | 135 | 1,07% |
| PAIS VASCO | 587 | 5,27% | 590 | 5,51% | 705 | 5,96% | 753 | 5,96% |
| VALENCIA | 1.187 | 10,65% | 1.129 | 10,55% | 1.330 | 11,24% | 1.410 | 11,15% |
| CEUTA | 13 | 0,12% | 10 | 0,09% | 11 | 0,09% | 11 | 0,09% |
| MELILLA | 6 | 0,05% | 4 | 0,04% | 6 | 0,05% | 6 | 0,05% |
| ESPAÑA | 11.146 | 100,00% | 10.704 | 100,00% | 11.837 | 100,00% | 12.643 | 100,00% |
| Variación 2006 / 2005. | | | -442 | -3,97% | | | 806 | 6,81% |

(Período 2003 – 2006).

En Extremadura, tenemos una gran presencia de Especialistas Agrupados, donde prácticamente todas las enseñas del sector están presentes, siendo la presencia de Cadenas Verticales y Grandes Superficies, menor.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

| ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES | |
|--|---|
|  | <p>ACTIVA ACCION CEDISE CONFORT EURONICS EXPERT IDEA MASTER</p> <p>SEGESA REDDER SINERSIS (TIEN 21+MILAR)</p> |
| ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES | |
|  | <p>BEEP</p> <p>CENTRO MAIL</p> <p>MENAJE DEL HOGAR MIRO PHONE HOUSE</p> <p>URENDE</p> |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | |
|  | <p>CARREFOUR EL CORTE INGLES EROSKI</p> |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | |

(Período 2003 – 2006).

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS.

| | | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|--------------------------|------------|------------|------------|------------|
| ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES | | | | | |
| | ACTIVA | 3 | 3 | 3 | 3 |
| | ACCION | | | | |
| | CEDISE | 42 | 42 | 42 | 42 |
| | CONFORT | 55 | 81 | 81 | |
| | EURONICS | 32 | 25 | 25 | 32 |
| | EXPERT | 40 | 41 | 46 | 46 |
| | IDEA | 21 | 21 | 21 | 21 |
| | MASTER | 44 | 44 | 41 | 40 |
| | MEDIMAX | | | | |
| | MILAR | 1 | 1 | | |
| | SEGESA REDDER | 23 | 22 | 29 | 29 |
| | TIEN 21 | 67 | 68 | 66 | 148 |
| | TOTAL E.A. / C.H. | 328 | 348 | 354 | 361 |
| ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES | | | | | |
| | BAZAR EL REGALO | | | | |
| | BEEP | 9 | 11 | 11 | 12 |
| | BOULANGER | | | | |
| | CENTRO MAIL | 1 | 1 | 2 | 2 |
| | CONFORAMA | | | | |
| | ELITE | | | | |
| | FNAC | | | | |
| | IVARTE | | | | |
| | MEDIA MARKT | | | | |
| | MENAJE DEL HOGAR | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | MIRO | 1 | 1 | 1 | |
| | PHONE HOUSE | 2 | 6 | 7 | 9 |
| | PC CITY | | | | |
| | SAN LUIS | | | | |
| | URENDE | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | TOTAL E. / C.V. | 16 | 22 | 24 | 26 |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | | | | | |
| | ALCAMPO | | | | |
| | CARREFOUR | 6 | 6 | 6 | 6 |
| | EL CORTE INGLES | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | EROSKI | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | HIPERCOR | | | | |
| | LECLERC | | | | |
| | TOTAL G. / G.S. | 9 | 9 | 9 | 9 |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | | 30 | 28 | 25 | 25 |
| TOTAL I. Y OTROS | | 30 | 28 | 25 | 25 |
| TOTALES | | 383 | 407 | 412 | 421 |

El número de tiendas ha pasado de 383 en el 2003 a 421 en el 2006, lo que representa un aumento de 38 establecimientos en el periodo del presente estudio.

Como en las demás comunidades, describimos la situación del 2005, quedando como sigue.

- Especialistas Agrupados 354 tiendas.
- Cadenas Verticales 24 tiendas.

(Período 2003 – 2006).

- Grandes Superficies 9 tiendas.
- Independientes y Otros 25 tiendas.

Los datos del 2005, nos indican que un alto porcentaje de la oferta se concentra en el grupo de Cadenas Horizontales, establecimientos de tipo pequeño o mediano, con una representación superior al 85%.

En la distribución de la oferta por marcas el cuadro refleja los cambios vividos en el sector, al igual que el marco nacional. Acción no tiene presencia en esta comunidad con lo que su incorporación a Cedise no influye en los datos de esta comunidad. Por otro lado si tiene repercusión que Confort, Medimax, Millar y Tien 21 conforman el grupo Sinersis, aunque en el cuadro se cita a Tien 21.

Tampoco influye en los datos de Extremadura el cierre de operaciones de Red Elite, que no dispone de representación.

Con los datos de 2005, vemos que la presencia de enseñas pertenecientes al grupo de Cadenas Horizontales, se encuentra muy repartida, destacando Confort con 88 tiendas y Tien 21 con 66. Cuando se produzca la unión efectiva de Idea y Master, generaran el tercer grupo oferente con 62 establecimientos.

En Cadenas Verticales el principal oferente es Beep con 11 establecimientos, estando también destacado Phone House con 7 establecimientos.

Las Grandes Superficies que totalizan 9 centros, tiene en Carrefour al principal representante con 6 establecimientos, 2 el Corte Ingles y 1 Eroski.

El siguiente cuadro muestra la presencia de los diferentes canales y grupos en porcentajes, periodo 2003 – 2006.

Centrándonos en el 2005, Confort concentra el 19,66% del total de tiendas, posteriormente analizaremos la variable “Cifra de Ventas”, mejor dato para visualizar los niveles de concentración de la competencia.

(Período 2003 – 2006).

Tenemos que volver a comentar la gran presencia de Cadenas Horizontales (85,92%) así como lo repartido de la presencia de las marcas pertenecientes a este grupo.

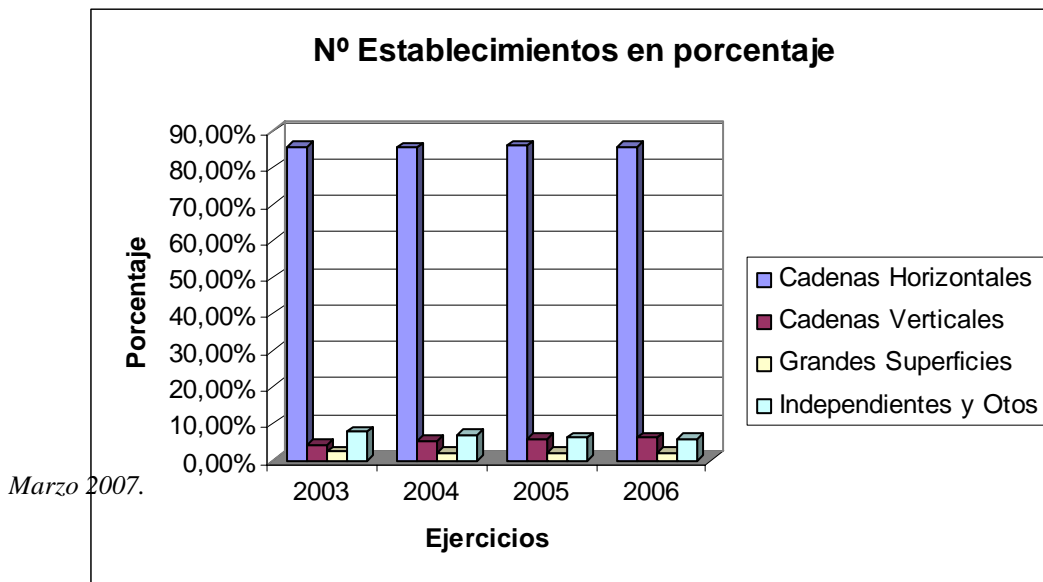
En Cadenas Verticales, destaca la presencia de Beep con un 2,57% del total de los establecimientos en Extremadura.

Destacamos la no presencia del Grupo Media Mark en la comunidad Extremeña.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

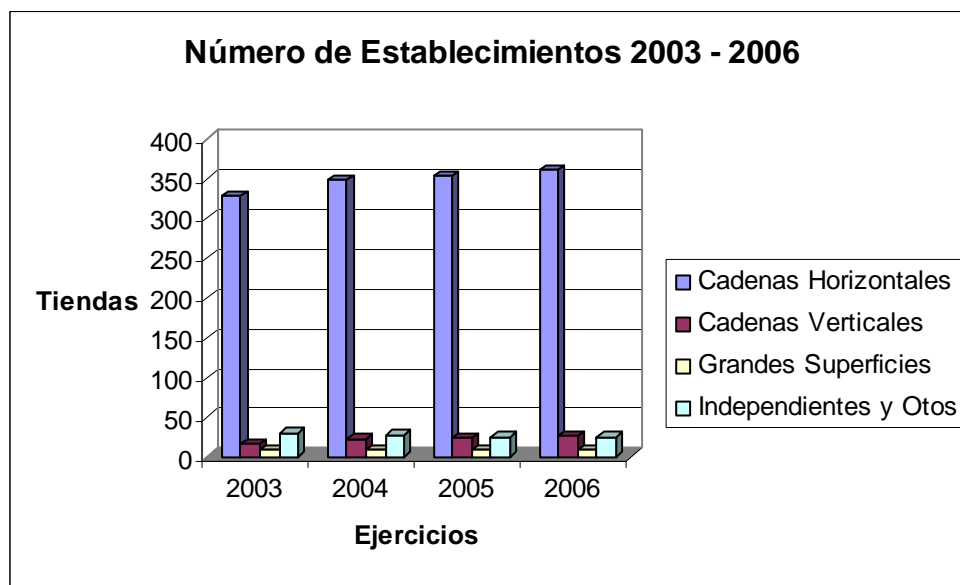
| ESP. AGR. / CAD. HOR. | | 2003 | | 2004 | | 2005 | | 2006 | |
|-------------------------------|--------------------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|
| | | Número | % | Número | % | Número | % | Número | % |
| | ACTIVA | 3 | 0,78% | 3 | 0,74% | 3 | 0,73% | 3 | 0,71% |
| | ACCION | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | CEDISE | 42 | 10,97% | 42 | 10,32% | 42 | 10,19% | 42 | 9,98% |
| | CONFORT | 55 | 14,36% | 81 | 19,90% | 81 | 19,66% | | 0,00% |
| | EURONICS | 32 | 8,36% | 25 | 6,14% | 25 | 6,07% | 32 | 7,60% |
| | EXPERT | 40 | 10,44% | 41 | 10,07% | 46 | 11,17% | 46 | 10,93% |
| | IDEA | 21 | 5,48% | 21 | 5,16% | 21 | 5,10% | 21 | 4,99% |
| | MASTER | 44 | 11,49% | 44 | 10,81% | 41 | 9,95% | 40 | 9,50% |
| | MEDIMAX | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | MILAR | 1 | 0,26% | 1 | 0,25% | | 0,00% | | 0,00% |
| | SEGESA REDDER | 23 | 6,01% | 22 | 5,41% | 29 | 7,04% | 29 | 6,89% |
| | TIEN 21 | 67 | 17,49% | 68 | 16,71% | 66 | 16,02% | 148 | 35,15% |
| | TOTAL E.A. / C.H. | 328 | 85,64% | 348 | 85,50% | 354 | 85,92% | 361 | 85,75% |
| ESPEC. / CAD. VER. | | | | | | | | | |
| | BAZAR EL REGALO | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | BEEP | 9 | 2,35% | 11 | 2,70% | 11 | 2,67% | 12 | 2,85% |
| | BOULANGER | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | CENTRO MAIL | 1 | 0,26% | 1 | 0,25% | 2 | 0,49% | 2 | 0,48% |
| | 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 MARKT | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | MENAJE DEL HOGAR | 1 | 0,26% | 1 | 0,25% | 1 | 0,24% | 1 | 0,24% |
| | MIRO | 1 | 0,26% | 1 | 0,25% | 1 | 0,24% | | 0,00% |
| | PHONE HOUSE | 2 | 0,52% | 6 | 1,47% | 7 | 1,70% | 9 | 2,14% |
| | PC CITY | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | SAN LUIS | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | URENDE | 2 | 0,52% | 2 | 0,49% | 2 | 0,49% | 2 | 0,48% |
| | TOTAL E. / C.V. | 16 | 4,18% | 22 | 5,41% | 24 | 5,83% | 26 | 6,18% |
| GENER. / GRA. SUP. | | | | | | | | | |
| | ALCAMPO | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | CARREFOUR | 6 | 1,57% | 6 | 1,47% | 6 | 1,46% | 6 | 1,43% |
| | EL CORTE INGLES | 2 | 0,52% | 2 | 0,49% | 2 | 0,49% | 2 | 0,48% |
| | EROSKI | 1 | 0,26% | 1 | 0,25% | 1 | 0,24% | 1 | 0,24% |
| | HIPERCOR | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | LECLERC | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | TOTAL G. / G.S. | 9 | 2,35% | 9 | 2,21% | 9 | 2,18% | 9 | 2,14% |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | | 30 | 7,83% | 28 | 6,88% | 25 | 6,07% | 25 | 5,94% |
| | TOTAL I. Y OTROS | 30 | 7,83% | 28 | 6,88% | 25 | 6,07% | 25 | 5,94% |
| TOTALES | | 383 | 100,00% | 407 | 100,00% | 412 | 100,00% | 421 | 100,00% |



(Período 2003 – 2006).

CANALES DE DISTRIBUCIÓN. NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

| | | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2006 - 2003 |
|---|--------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| ESPECIALISTAS AGRUPADOS / C H | | | | | | |
| | ACTIVA | 3 | 3 | 3 | 3 | 0 |
| | ACCION | | | | | 0 |
| | CEDISE | 42 | 42 | 42 | 42 | 0 |
| | CONFORT | 55 | 81 | 81 | | -55 |
| | EURONICS | 32 | 25 | 25 | 32 | 0 |
| | EXPERT | 40 | 41 | 46 | 46 | 6 |
| | IDEA | 21 | 21 | 21 | 21 | 0 |
| | MASTER | 44 | 44 | 41 | 40 | -4 |
| | MEDIMAX | | | | | 0 |
| | MILAR | 1 | 1 | | | -1 |
| | SEGESA REDDER | 23 | 22 | 29 | 29 | 6 |
| | TIEN 21 | 67 | 68 | 66 | 148 | 81 |
| | TOTAL E.A. / C.H. | 328 | 348 | 354 | 361 | 33 |
| ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES | | | | | | |
| | BAZAR EL REGALO | | | | | 0 |
| | BEEP | 9 | 11 | 11 | 12 | 3 |
| | BOULANGER | | | | | 0 |
| | CENTRO MAIL | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| | CONFORAMA | | | | | 0 |
| | ELITE | | | | | 0 |
| | FNAC | | | | | 0 |
| | IVARTE | | | | | 0 |
| | MEDIA MARKT | | | | | 0 |
| | MENAJE DEL HOGAR | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| | MIRO | 1 | 1 | 1 | | -1 |
| | PHONE HOUSE | 2 | 6 | 7 | 9 | 7 |
| | PC CITY | | | | | 0 |
| | SAN LUIS | | | | | 0 |
| | URENDE | 2 | 2 | 2 | 2 | 0 |
| | TOTAL E. / C.V. | 16 | 22 | 24 | 26 | 10 |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | | | | | | |
| | ALCAMPO | | | | | 0 |
| | CARREFOUR | 6 | 6 | 6 | 6 | 0 |
| | EL CORTE INGLES | 2 | 2 | 2 | 2 | 0 |
| | EROSKI | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| | HIPERCOR | | | | | 0 |
| | LECLERC | | | | | 0 |
| | TOTAL G. / G.S. | 9 | 9 | 9 | 9 | 0 |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | | 30 | 28 | 25 | 25 | -5 |
| | TOTAL I. Y OTROS | 30 | 28 | 25 | 25 | -5 |
| TOTALES | | 383 | 407 | 412 | 421 | 38 |



(Período 2003 – 2006).

Entrando en el capítulo de Ventas, Extremadura a pasado de 262 millones de Euros en el ejercicio de 2003 a 332 millones de Euros, estimados, en el de 2006.

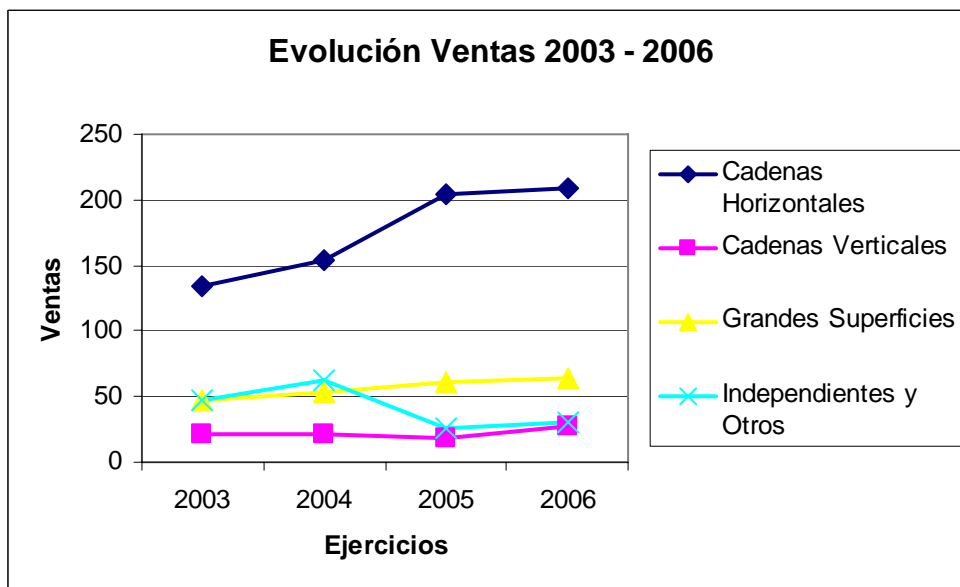
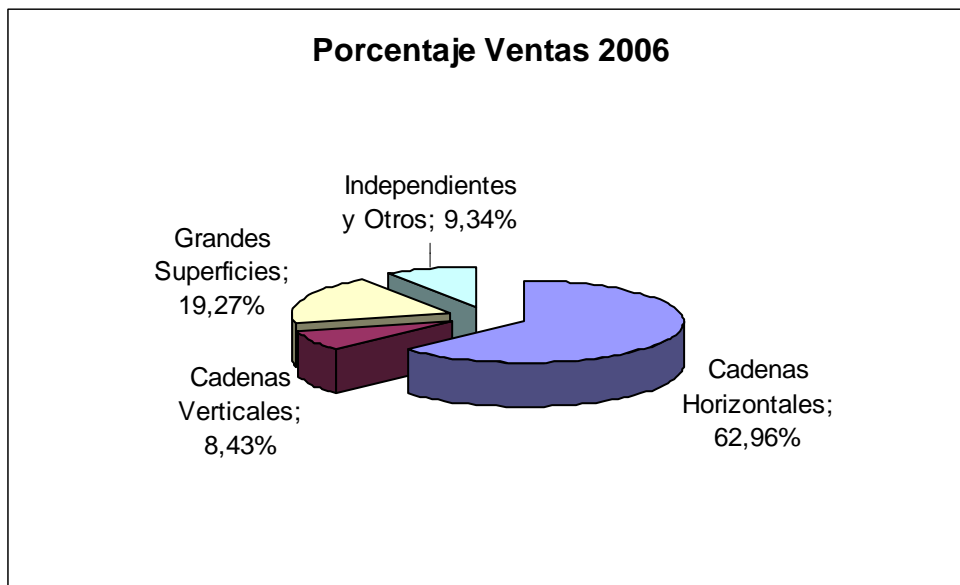
El principal Canal de Ventas lo lidera, en el ejercicio de 2005, el grupo de Cadenas Horizontales, con unas ventas de 204 millones de Euros, el 65,77% del total de ventas en este año. Le siguen las Grandes Superficies con un porcentaje de ventas del 19,63%, Independientes y otros con el 8,37% y por último las Cadenas Verticales con un porcentaje del 6,23%.

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 | 143 | 54,75% | 154 | 52,86% | 204 | 65,77% | 209 | 62,96% |
| ESPEC. / CAD. VER. | BAZAR EL REGALO BOULANGER CONFORAMA ELITE FNAC MEDIA MARKT MENAJE DEL HOGAR MIRO SAN LUIS URENDE | 22 | 8,55% | 22 | 7,68% | 19 | 6,23% | 28 | 8,43% |
| GENER. / GRA. SUP. | ALCAMPO CARREFOUR EL CORTE INGLES EROSKI HIPERCOR LECLERC | 48 | 18,35% | 53 | 18,19% | 61 | 19,63% | 64 | 19,27% |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | | 48 | 18,35% | 62 | 21,28% | 26 | 8,37% | 31 | 9,34% |
| TOTALES | | 262 | 100,00% | 291 | 100,00% | 311 | 100,00% | 332 | 100,00% |

(Período 2003 – 2006).



(Período 2003 – 2006).

Si nos fijamos en la evolución de los diferentes grupos durante el periodo estudiado, destaca el crecimiento de las Cadenas Horizontales, uniforme durante los cuatro ejercicios, el descenso continuado de Independientes y otros, y el mantenimiento en sus datos de Grandes Superficies y Cadenas Verticales, con variaciones no superiores a un punto porcentual.

En cifras absolutas de ventas, las Cadenas Horizontales han aumentado en 74 millones de Euros. Las Cadenas Verticales suben sus ventas en 8 millones de Euros.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

VENTAS ANUALES.

| | | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2006-2003 |
|---|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES | | | | | | |
| | ACTIVA | 2 | 2 | 2 | 2 | 0 |
| | ACCION | 0 | 0 | | | 0 |
| | CEDISE | 25 | 27 | 32 | 35 | 10 |
| | CONFORT | | | | | 0 |
| | EURONICS | 14 | 15 | 15 | 11 | -3 |
| | EXPERT | 15 | 17 | 19 | 12 | -3 |
| | IDEA | 15 | 15 | 15 | 17 | 2 |
| | MASTER | 20 | 20 | 18 | 19 | -1 |
| | MEDIMAX | | | | | 0 |
| | MILAR | 1 | 1 | | | -1 |
| | SEGESA REDDER | 12 | 13 | 11 | 11 | -1 |
| | TIEN 21 | 32 | 35 | 37 | 102 | 70 |
| | TOTAL E.A. / C.H. | 135 | 145 | 150 | 209 | 74 |
| ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES | | | | | | |
| | BAZAR EL REGALO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | BEEP | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| | BOULANGER | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | CENTRO MAIL | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| | CONFORAMA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | ELITE | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| | FNAC | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | IVARTE | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| | MEDIA MARKT | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | MENAJE DEL HOGAR | 7 | 8 | 0 | 6 | -1 |
| | MIRO | 1 | 1 | 1 | | -1 |
| | PHONE HOUSE | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| | PC CITY | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| | SAN LUIS | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 |
| | URENDE | 14 | 13 | 14 | 22 | 8 |
| | TOTAL E. / C.V. | 22 | 22 | 19 | 28 | 6 |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | | | | | | |
| | ALCAMPO | | | | | 0 |
| | CARREFOUR | 24 | 24 | 36 | 39 | 15 |
| | EL CORTE INGLES | 21 | 26 | 22 | 22 | 1 |
| | EROSKI | 3 | 3 | 3 | 3 | 0 |
| | HIPERCOR | | | | | 0 |
| | LECLERC | | | | | 0 |
| | TOTAL G. / G.S. | 48 | 53 | 61 | 64 | 16 |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | | | | | | |
| | | 57 | 71 | 80 | 31 | -26 |
| | TOTAL I. Y OTROS | 57 | 71 | 80 | 31 | -26 |
| TOTALES | | | | | | |
| | | 262 | 291 | 310 | 332 | 70 |

(Período 2003 – 2006).

Las Grandes Superficies incrementan sus números en 16 millones de Euros, y por último los Independientes tienen un descenso en sus ventas de -26 millones de Euros.

Llama la atención el alto crecimiento de las Cadenas Horizontales, reflejo de la alta presencia que tienen en todo el territorio Extremeño, cifras de crecimiento muy por encima del 80%, con Tien 21 con más del 30% en el 2006.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN. VENTAS POR MARCAS

| | | 2003 | | 2004 | | 2005 | | 2006 | |
|---|--------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|------------|----------------|
| | | Ventas | % | Ventas | % | Ventas | % | Ventas | % |
| ESPECIALISTAS AGRUPADOS / C H | | | | | | | | | |
| | ACTIVA | 2,00 | 0,76% | 2,00 | 0,69% | 2,00 | 0,64% | 2 | 0,60% |
| | ACCION | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | | 0,00% |
| | CEDISE | 25,20 | 9,64% | 27,20 | 9,34% | 32,20 | 10,36% | 35 | 10,54% |
| | CONFORT | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | EURONICS | 11,00 | 4,21% | 13,00 | 4,47% | 11,00 | 3,54% | 11 | 3,31% |
| | EXPERT | 10,00 | 3,82% | 10,00 | 3,44% | 11,00 | 3,54% | 12 | 3,61% |
| | IDEA | 14,93 | 5,71% | 14,93 | 5,13% | 14,93 | 4,81% | 17 | 5,12% |
| | MASTER | 19,51 | 7,46% | 19,51 | 6,70% | 18,18 | 5,85% | 19 | 5,72% |
| | MEDIMAX | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | MILAR | 1,00 | 0,38% | 2,00 | 0,69% | | 0,00% | | 0,00% |
| | SEGESA REDDER | 11,77 | 4,50% | 13,39 | 4,60% | 11,06 | 3,56% | 11 | 3,33% |
| | TIEN 21 / SINERISIS | 48,00 | 18,36% | 52,00 | 17,87% | 104,00 | 33,47% | 102 | 30,72% |
| | TOTAL E.A. / C.H. | 143,42 | 54,85% | 154,03 | 52,92% | 204,37 | 65,77% | 209 | 62,96% |
| ESPECIALISTAS / C H | | | | | | | | | |
| | BAZAR EL REGALO | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| | BEEP | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | | 0,00% |
| | BOULANGER | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| | CENTRO MAIL | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | | 0,00% |
| | CONFORAMA | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| | ELITE | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | | 0,00% |
| | FNAC | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| | IVARTE | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | | 0,00% |
| | MEDIA MARKT | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| | MENAJE DEL HOGAR | 6,66 | 2,55% | 7,66 | 2,63% | 0,00 | 0,00% | 6 | 1,81% |
| | MIRO | 1,00 | 0,38% | 1,00 | 0,34% | 1,00 | 0,32% | | |
| | PHONE HOUSE | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | | |
| | PC CITY | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | | |
| | SAN LUIS | 0,00 | 0,00% | 0,00 | 0,00% | 4,00 | 1,29% | 0 | |
| | URENDE | 14,38 | 5,50% | 13,38 | 4,60% | 14,38 | 4,63% | 22 | |
| | TOTAL E. / C.V. | 22,03 | 8,43% | 22,03 | 7,57% | 19,38 | 6,23% | 28 | 8,43% |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | | | | | | | | | |
| | ALCAMPO | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | CARREFOUR | 24 | 9,18% | 24,00 | 8,25% | 36 | 11,58% | 39 | 11,74% |
| | EL CORTE INGLES | 21 | 8,03% | 26,00 | 8,93% | 22 | 7,08% | 22 | 6,63% |
| | EROSKI | 3 | 1,15% | 3,00 | 1,03% | 3 | 0,97% | 3 | 0,90% |
| | HIPERCOR | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | LECLERC | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | TOTAL G. / G.S. | 48,00 | 18,36% | 53,00 | 18,21% | 61,00 | 19,63% | 64 | 19,27% |
| OTROS / TELEFONIA/INFORMATICA | | | | | | | | | |
| | | 48,00 | 18,36% | 62,00 | 21,30% | 26 | 8,37% | 31 | 9,34% |
| | TOTAL I. Y OTROS | 48,00 | 18,36% | 62,00 | 21,30% | 26 | 8,37% | 31 | 9,34% |
| TOTALES | | 261,45 | 100,00% | 291,07 | 100,00% | 310,75 | 100,00% | 332 | 100,00% |

Las Grandes Superficies mantienen un crecimiento razonable, en el 11, 28% para el ejercicio de 2005, las Cadenas Verticales crecen un 11, 28% en el 2005 teniendo una clara tendencia a la baja en el periodo total.

(Período 2003 – 2006).

El sector ocupa en Extremadura una superficie total de 72.347 m², que se reparten de la siguiente manera:

- Cadenas Horizontales 52.640 m²
- Cadenas Verticales 5.707 m²
- Grandes Superficies 8.600 m²
- Independientes y Otros 5.400 m²

DETALLE ESTABLECIMIENTOS

2005

| ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES | Ventas | Nº Tiendas | Superficie Media por Tienda | Superficie Total | Ocupación Media por Tienda | Ocupación Total |
|--|------------|------------|-----------------------------|------------------|----------------------------|-----------------|
| ACTIVA | 2 | 3 | 150 | 450 | 4 | 12 |
| ACCION | 0 | 0 | | 0 | 5 | 0 |
| CEDISE | 32 | 42 | 230 | 9.660 | 4 | 168 |
| CONFORT | 0 | 81 | | 0 | 4 | 324 |
| EURONICS | 15 | 25 | 180 | 4.500 | 3 | 75 |
| EXPERT | 19 | 46 | 190 | 8.740 | 4 | 184 |
| IDEA | 15 | 21 | 270 | 5.670 | 4 | 84 |
| MASTER | 18 | 41 | 160 | 6.560 | 3 | 123 |
| MEDIMAX | 0 | 0 | | 0 | | 0 |
| MILAR | 0 | 0 | | 0 | 4 | 0 |
| SEGESA REDDER | 11 | 29 | 190 | 5.510 | 4 | 116 |
| TIEN 21 / SINERSIS | 37 | 66 | 175 | 11.550 | 12 | 792 |
| TOTAL E.A. / C.H. | 149 | 354 | | 52.640 | | 1.878 |
| 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 | 0 | 0 | 2.433 | 0 | 90 | 0 |
| MENAJE DEL HOGAR | 0 | 1 | 930 | 930 | | 0 |
| MIRO | 1 | 1 | 777 | 777 | 12 | 12 |
| SAN LUIS | 4 | 0 | | 0 | | 0 |
| URENDE | 14 | 2 | 2.000 | 4.000 | | 0 |
| TOTAL E. / C.V. | 19 | 4 | | 5.707 | | 12 |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | | | | | | |
| ALCAMPO | | | 800 | 0 | 14 | 0 |
| CARREFOUR | 36 | 6 | 800 | 4.800 | 14 | 84 |
| EL CORTE INGLES | 22 | 2 | 1.500 | 3.000 | 30 | 60 |
| EROSKI | 3 | 1 | 800 | 800 | 14 | 14 |
| HIPERCOR | | | | 0 | | 0 |
| LECLERC | | | | 0 | | 0 |
| TOTAL G. / G.S. | 61 | 9 | | 8.600 | | 158 |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | | | | | | |
| | 80 | 45 | 120 | 5.400 | 5 | 225 |
| TOTAL I. Y OTROS | 80 | 45 | | 5.400 | | 225 |
| TOTALES 2005 | 309 | 412 | | 72.347 | | 2.273 |

Por otro lado, el sector ocupa en Extremadura a 2.273 personas, más del 80% de estos empleados, están contratados por el Grupo tradicional de Cadenas Horizontales.