

# **COMUNIDAD AUTÓNOMA DE** **LA RIOJA**

## **DATOS GENERALES:**

<b>POBLACIÓN</b>		<b>293.553</b>
<b>VENTAS DEL SECTOR EN 2005 (Millones de Euros)</b>		<b>107,00</b>
<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS</b>		<b>88</b>
<b>ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES</b>	63	
<b>ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES</b>	15	
<b>GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES</b>	3	
<b>INDEPENDIENTES Y OTROS</b>	7	
<b>VENTAS POR HABITANTE (Euros)</b>		<b>364,50</b>



Si exceptuamos a Ceuta y Melilla, La Rioja es la comunidad con menor número de establecimientos del sector, sin duda esta razón se basa en el tamaño y población de esta comunidad.

En el siguiente cuadro, donde incluimos los datos de presencia y ventas de los ejercicios de 2005 y 2006, vemos que La Rioja presenta una oferta de 88 tiendas en el 2005 y de 73 en el 2006. Estos datos significan un 0,79% en el 2005 y de un 0,68% en 2006, siempre en relación a la oferta nacional.

En ventas los datos mantienen la línea de los de representación, con un 0,91% en 2005 y un 0,89% en el 2006, siempre sobre el total de ventas nacional.

Si consideramos la progresión en valores absolutos, en La Rioja se pierden entre 2005 y 2006 -15 establecimientos, lo que significa un -17,05%, valor muy superior al de la media nacional, situado en el -3,97%.

Valorando de igual manera los datos de ventas, crecen en 6 millones de Euros, que en porcentaje significa un 5,28%, algo más de un punto por debajo de la media nacional, situada en el 6,81%.

Como resumen de los datos generales de la Comunidad Autónoma de La Rioja, es una comunidad en la cual la pérdida de establecimientos es mucho mayor que el de la media nacional, lo que debe hacernos valorar de manera muy positiva que en el apartado de ventas no se encuentre muy lejos de los datos medios nacionales.

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.

*Estudio sobre el nivel de concentración de la Competencia en el Sector de Venta de Electrodomésticos.  
(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%
<b>ESPAÑA</b>	<b>11.146</b>	<b>100,00%</b>	<b>10.704</b>	<b>100,00%</b>	<b>11.837</b>	<b>100,00%</b>	<b>12.643</b>	<b>100,00%</b>
<i>Variación 2006 / 2005.</i>			<b>-442</b>	<b>-3,97%</b>			<b>806</b>	<b>6,81%</b>

En La Rioja encontramos el mismo mapa de marcas oferentes que en el resto de comunidades con características similares, la gran mayoría de las enseñas del grupo de Especialistas Agrupados están presentes, notándose menor oferta entre las Cadenas Verticales y Grandes Superficies.

## 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>ELITE</p> <p>MEDIA MARKT</p> <p>MIRO PHONE HOUSE</p>
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES	
	<p>ALCAMPO</p> <p>EROSKI</p>
INDEPENDIENTES Y OTROS	

**CANALES DE DISTRIBUCIÓN.**

**NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS.**

		2003	2004	2005	2006
<b>ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES</b>					
	ACTIVA	1	2	2	3
	ACCION				
	CEDISE	6	6	6	6
	CONFORT	16	13	12	
	EURONICS	10	10	9	9
	EXPERT	3	3	2	2
	IDEA	6	6	6	6
	MASTER	10	10	10	11
	MEDIMAX				
	MILAR	1	1		
	SEGESA REDDER	2	2	3	3
	TIEN 21	12	12	13	13
	<b>TOTAL E.A. / C.H.</b>	<b>67</b>	<b>65</b>	<b>63</b>	<b>53</b>
<b>ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES</b>					
	BAZAR EL REGALO				
	BEEP	3	2	2	3
	BOULANGER				
	CENTRO MAIL	1	1	2	2
	CONFORAMA		1		
	ELITE	6	6	6	
	FNAC				
	IVARTE				
	MEDIA MARKT	1	1	1	1
	MENAJE DEL HOGAR				
	MIRO	1	1	1	1
	PHONE HOUSE	3	3	3	3
	PC CITY				
	SAN LUIS				
	URENDE				
	<b>TOTAL E. / C.V.</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>10</b>
<b>GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES</b>					
	ALCAMPO	1	1	1	1
	CARREFOUR				
	EL CORTE INGLES				
	EROSKI	2	2	2	2
	HIPERCOR				
	LECLERC				
	<b>TOTAL G. / G.S.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>INDEPENDIENTES Y OTROS</b>		9	8	7	7
	<b>TOTAL I. Y OTROS</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>TOTALES</b>		<b>94</b>	<b>91</b>	<b>88</b>	<b>73</b>

El número de establecimientos ha pasado de 94 tiendas en el 2003 a 73 en el 2006, lo que representa el cierre de 21 puntos de venta.

La distribución en 2005 de las 88 tiendas abiertas era la siguiente:

- Especialistas Agrupados 63 tiendas.
- Cadenas Verticales 15 tiendas.
- Grandes Superficies 3 tiendas.
- Independientes y otros 7 tiendas.

Los datos anteriores indican que un alto porcentaje de la oferta se encuentra dentro del grupo de Cadenas Horizontales, tiendas de tipo pequeño o mediano, en total un 71,59% del total de la oferta en esta comunidad.

La incorporación de Acción a Cedise, no influye en los números de esta comunidad, puesto que la primera no dispone de ningún establecimiento en esta comunidad, siempre dentro del periodo estudiado. Pero al igual que en el resto del territorio nacional, Confort, Medimax, Milar Tien 21 conforman el grupo Sinersis, aunque en el cuadro se cita a Tien 21.

Un aspecto destacado en los datos referidos al número de tiendas es el cierre de operaciones de Red Elite, principal motivo de la bajada en los datos de las tiendas de tipología Vertical.

Con los datos de 2005, la principal marca es Tien 21 con 13 establecimientos, le siguen Confort con 12 y Master con 10 tiendas.

En las Cadenas Verticales el principal competidor es Elite con 6 establecimientos, seguido de Phone House con 3 tiendas.

Las Grandes Superficies totalizan 3 establecimientos, 2 de Eroski y 1 de Alcampo.

El siguiente cuadro refleja la presencia de los diferentes canales y grupos en porcentajes, en el período 2003 – 2006.

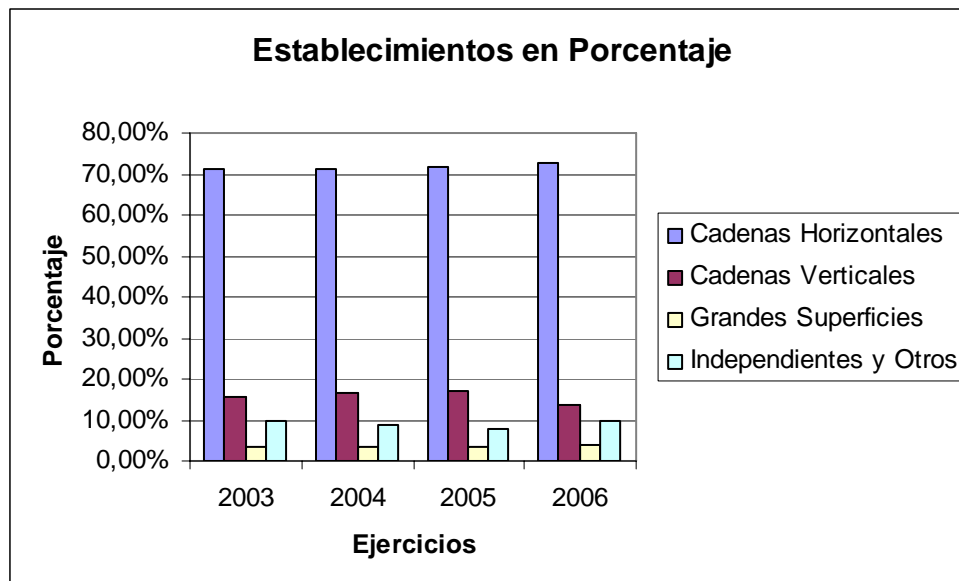
Valorando nuevamente los datos del 2005, Tien 21 concentra el 14, 77% de las tiendas, seguido de Confort con un 13,64%. Posteriormente podremos valorar los datos desde la variable de “Cifra de Ventas”, mejor exponente para ver los niveles de concentración de la competencia.

En Cadenas Verticales Elite con un 6,82%, es el primer oferente. Debemos destacar, por su importancia en el apartado de ventas que veremos a continuación, la presencia durante todo el periodo de este estudio, del grupo Media Mark con 1 establecimiento.

**CANALES DE DISTRIBUCIÓN.**

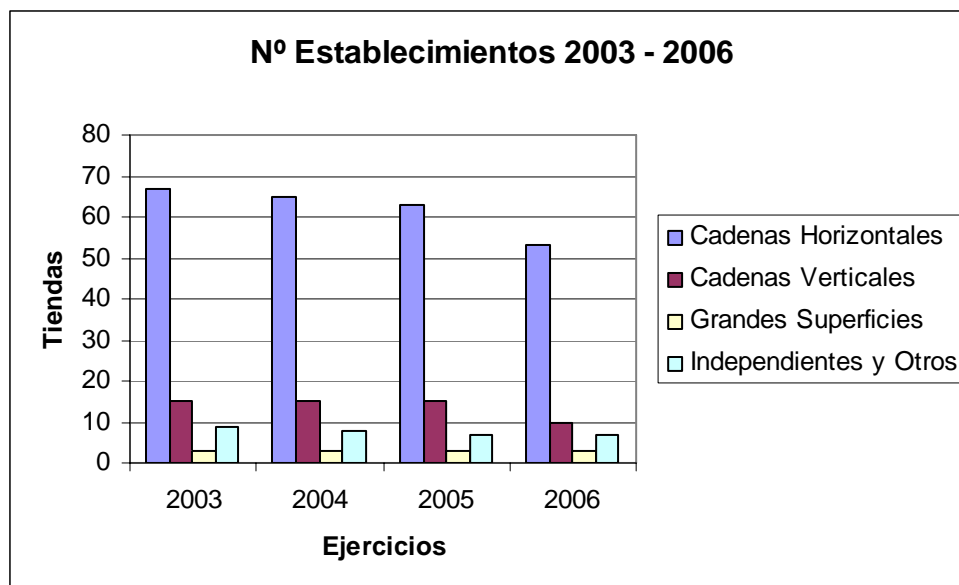
**NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS**

ESP. AGR. / CAD. HOR.	2003		2004		2005		2006	
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
ACTIVA	1	1,06%	2	2,20%	2	2,27%	3	4,11%
ACCION		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
CEDISE	6	6,38%	6	6,59%	6	6,82%	6	8,22%
CONFORT	16	17,02%	13	14,29%	12	13,64%		0,00%
EURONICS	10	10,64%	10	10,99%	9	10,23%	9	12,33%
EXPERT	3	3,19%	3	3,30%	2	2,27%	2	2,74%
IDEA	6	6,38%	6	6,59%	6	6,82%	6	8,22%
MASTER	10	10,64%	10	10,99%	10	11,36%	11	15,07%
MEDIMAX		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
MILAR	1	1,06%	1	1,10%		0,00%		0,00%
SEGESA REDDER	2	2,13%	2	2,20%	3	3,41%	3	4,11%
TIEN 21	12	12,77%	12	13,19%	13	14,77%	13	17,81%
<b>TOTAL E.A. / C.H.</b>	<b>67</b>	<b>71,28%</b>	<b>65</b>	<b>71,43%</b>	<b>63</b>	<b>71,59%</b>	<b>53</b>	<b>72,60%</b>
<b>ESPEC. / CAD. VER.</b>								
BAZAR EL REGALO		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
BEEP	3	3,19%	2	2,20%	2	2,27%	3	4,11%
BOULANGER		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
CENTRO MAIL	1	1,06%	1	1,10%	2	2,27%	2	2,74%
CONFORAMA		0,00%		1,10%		0,00%		0,00%
ELITE	6	6,38%	6	6,59%	6	6,82%		0,00%
FNAC		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
IVARTE		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
MEDIA MARKT	1	1,06%	1	1,10%	1	1,14%	1	1,37%
MENAJE DEL HOGAR		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
MIRO	1	1,06%	1	1,10%	1	1,14%	1	1,37%
PHONE HOUSE	3	3,19%	3	3,30%	3	3,41%	3	4,11%
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%
<b>TOTAL E. / C.V.</b>	<b>15</b>	<b>15,96%</b>	<b>15</b>	<b>16,48%</b>	<b>15</b>	<b>17,05%</b>	<b>10</b>	<b>13,70%</b>
<b>GENER. / GRA. SUP.</b>								
ALCAMPO	1	1,06%	1	1,10%	1	1,14%	1	1,37%
CARREFOUR		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
EL CORTE INGLES		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
EROSKI	2	2,13%	2	2,20%	2	2,27%	2	2,74%
HIPERCOR		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
LECLERC		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
<b>TOTAL G. / G.S.</b>	<b>3</b>	<b>3,19%</b>	<b>3</b>	<b>3,30%</b>	<b>3</b>	<b>3,41%</b>	<b>3</b>	<b>4,11%</b>
<b>INDEPENDIENTES Y OTROS</b>	<b>9</b>	<b>9,57%</b>	<b>8</b>	<b>8,79%</b>	<b>7</b>	<b>7,95%</b>	<b>7</b>	<b>9,59%</b>
<b>TOTAL I. Y OTROS</b>	<b>9</b>	<b>9,57%</b>	<b>8</b>	<b>8,79%</b>	<b>7</b>	<b>7,95%</b>	<b>7</b>	<b>9,59%</b>
<b>TOTALES</b>	<b>94</b>	<b>100,00%</b>	<b>91</b>	<b>100,00%</b>	<b>88</b>	<b>100,00%</b>	<b>73</b>	<b>100,00%</b>



**CANALES DE DISTRIBUCIÓN. NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS**

		2003	2004	2005	2006	2006 - 2003
<b>ESPECIALISTAS AGRUPADOS / C H</b>						
	ACTIVA	1	2	2	3	2
	ACCION					0
	CEDISE	6	6	6	6	0
	CONFORT	16	13	12		-16
	EURONICS	10	10	9	9	-1
	EXPERT	3	3	2	2	-1
	IDEA	6	6	6	6	0
	MASTER	10	10	10	11	1
	MEDIMAX					0
	MILAR	1	1			-1
	SEGESA REDDER	2	2	3	3	1
	TIEN 21	12	12	13	13	1
	<b>TOTAL E.A. / C.H.</b>	<b>67</b>	<b>65</b>	<b>63</b>	<b>53</b>	<b>-14</b>
<b>ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES</b>						
	BAZAR EL REGALO					0
	BEEP	3	2	2	3	0
	BOULANGER					0
	CENTRO MAIL	1	1	2	2	1
	CONFORAMA		1			0
	ELITE	6	6	6		-6
	FNAC					0
	IVARTE					0
	MEDIA MARKT	1	1	1	1	0
	MENAJE DEL HOGAR					0
	MIRO	1	1	1	1	0
	PHONE HOUSE	3	3	3	3	0
	PC CITY					0
	SAN LUIS					0
	URENDE					0
	<b>TOTAL E. / C.V.</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>-5</b>
<b>GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES</b>						
	ALCAMPO	1	1	1	1	0
	CARREFOUR					0
	EL CORTE INGLES					0
	EROSKI	2	2	2	2	0
	HIPERCOR					0
	LECLERC					0
	<b>TOTAL G. / G.S.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
<b>INDEPENDIENTES Y OTROS</b>		<b>9</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>-2</b>
	<b>TOTAL I. Y OTROS</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>-2</b>
<b>TOTALES</b>		<b>94</b>	<b>91</b>	<b>88</b>	<b>73</b>	<b>-21</b>





En el capítulo de Ventas, La Rioja ha crecido de 84 millones de Euros en el 2003 a 113 millones de Euros estimados para el 2006.

El principal Canal de Ventas lo lidera el grupo de Cadenas Verticales con un 41,63% del total en la comunidad, siempre en base a las cifras del ejercicio de 2005. Sigue el canal de Especialistas Agrupados con un 36,92%. Los Independientes y otros con un 12,13% y por último las Grandes Superficies con un porcentaje del 9,33%.

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	30	35,92%	31	32,23%	40	36,92%	32	28,10%
ESPEC. / CAD. VER.	BAZAR EL REGALO BOULANGER CONFORAMA ELITE FNAC  MEDIA MARKT MENAJE DEL HOGAR MIRO SAN LUIS URENDE	29	34,21%	36	37,46%	45	41,63%	50	44,52%
GENER. / GRA. SUP.	ALCAMPO CARREFOUR EL CORTE INGLES EROSKI HIPERCOR LECLERC	9	10,75%	11	11,50%	10	9,33%	12	10,60%
INDEPENDIENTES Y OTROS		16	19,11%	18	18,82%	13	12,13%	19	16,78%
<b>TOTALES</b>		<b>84</b>	<b>100,00%</b>	<b>96</b>	<b>100,00%</b>	<b>107</b>	<b>100,00%</b>	<b>113</b>	<b>100,00%</b>

Si nos fijamos en la evolución, vemos que las Cadenas Verticales mantienen una línea ascendente, pasando del 34,21% en el 2003 a 44,52% en el 2006.

Las Grandes Superficies mantienen una línea descendente, pasando del 19,11% en el 2003 al 16,78 en el 2006. Los Independientes y Otros marcan también una tendencia a la baja, pasando del 19,11% en el 2003 al 16,78% en el 2006.

Por último las Cadenas Verticales mantienen sus porcentajes durante los ejercicios de 2003, 2004 y 2005, bajando en 8 puntos con los datos de 2006. Es posible que estemos ante datos provisionales.

**CANALES DE DISTRIBUCIÓN.**

**VENTAS ANUALES.**

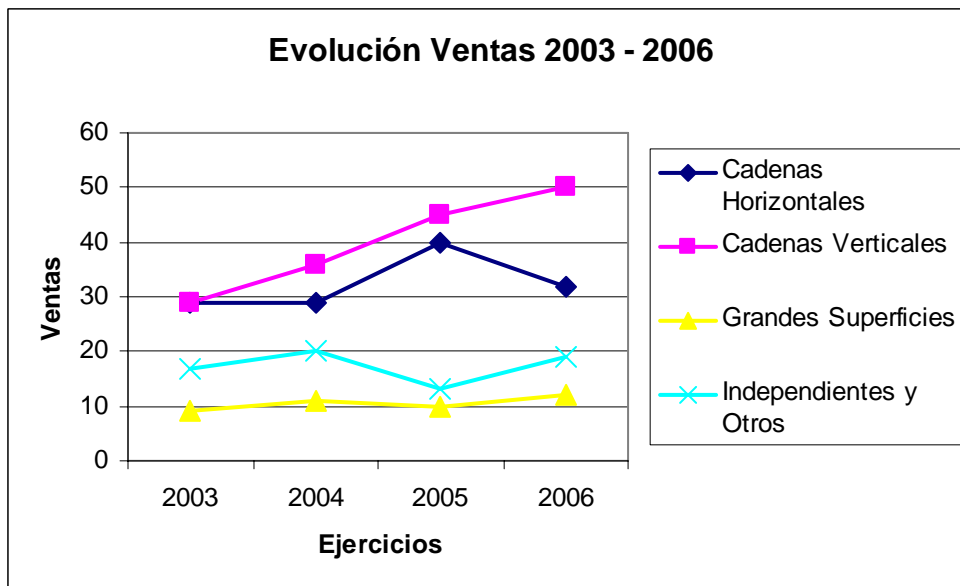
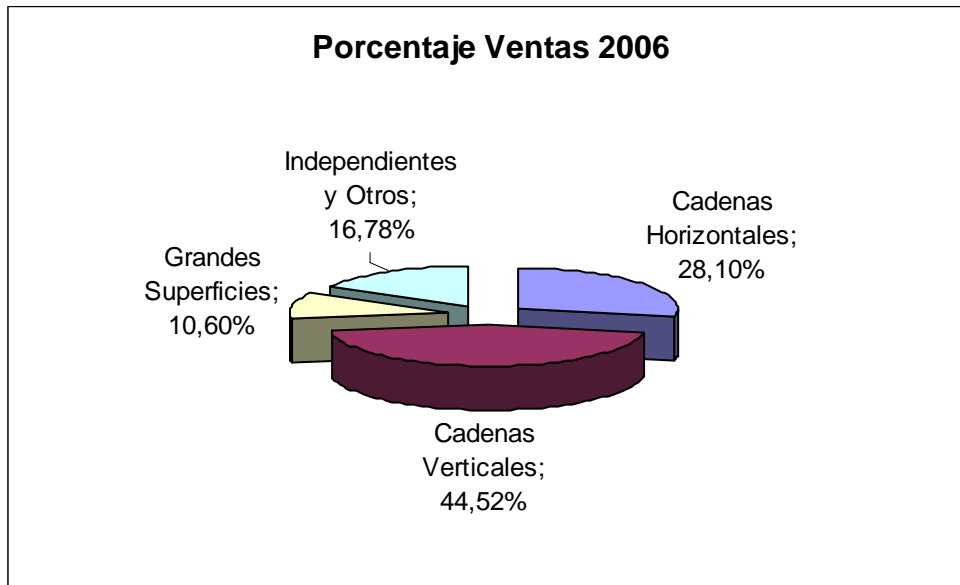
		2003	2004	2005	2006	2006-2003
<b>ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES</b>						
	ACTIVA	1	1	1	1	0
	ACCION	0	0			0
	CEDISE	5	5	5	5	0
	CONFORT					0
	EURONICS	6	6	5	4	-2
	EXPERT	1	1	1	1	0
	IDEA	4	4	4	4	0
	MASTER	4	4	5	5	1
	MEDIMAX					0
	MILAR	1	1			-1
	SEGESA REDDER	1	1	1	1	0
	TIEN 21	6	6	8	11	5
	<b>TOTAL E.A. / C.H.</b>	<b>29</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>32</b>	<b>3</b>
<b>ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES</b>						
	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	2	0	0	0
	ELITE	0	0	0		0
	FNAC	0	0	0	0	0
	IVARTE	0	0	0		0
	MEDIA MARKT	26	30	41	46	20
	MENAJE DEL HOGAR	0	0	0	0	0
	MIRO	2	3	3	4	2
	PHONE HOUSE	0	0	0		0
	PC CITY	0	0	0		0
	SAN LUIS	0	0	0	0	0
	URENDE	0	0	0	0	0
	<b>TOTAL E. / C.V.</b>	<b>29</b>	<b>36</b>	<b>45</b>	<b>50</b>	<b>22</b>
<b>GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES</b>						
	ALCAMPO	5	5	4	5	0
	CARREFOUR					0
	EL CORTE INGLES					0
	EROSKI	4	6	6	7	3
	HIPERCOR					0
	LECLERC					0
	<b>TOTAL G. / G.S.</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>3</b>
<b>INDEPENDIENTES Y OTROS</b>		<b>17</b>	<b>20</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>2</b>
	<b>TOTAL I. Y OTROS</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>2</b>
<b>TOTALES</b>		<b>84</b>	<b>96</b>	<b>107</b>	<b>113</b>	<b>30</b>

En cifras absolutas de ventas, las Cadenas Horizontales han aumentado en 3 millones de Euros, las Cadenas Verticales pasan de 29 a 50, aumentando en 22 millones de Euros (este caso lo veremos con más detenimiento a continuación). Las Grandes Superficies aumentan sus ventas en 3 millones de Euros y por último los Independientes y otros incrementan sus cifras en 2 millones de Euros.

COMUNIDAD: LA RIOJA

		2003		2004		2005		2006	
		Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%
<b>ESPECIALISTAS AGRUPADOS / C H</b>									
	ACTIVA	1	1,20%	1	0,79%	1	0,71%	1	0,88%
	ACCION	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
	CEDISE	5	5,50%	5	4,80%	5	4,29%	5	4,06%
	CONFORT		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	EURONICS	6	7,29%	6	6,36%	4	3,73%	4	3,53%
	EXPERT	1	1,46%	1	1,27%	1	0,76%	1	0,72%
	IDEA	4	5,11%	4	4,46%	4	3,98%	4	3,77%
	MASTER	4	5,31%	4	4,63%	5	4,66%	5	4,42%
	MEDIMAX		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	MILAR	1	0,94%	1	0,82%		0,00%		0,00%
	SEGESA REDDER	1	0,91%	1	0,80%	1	1,07%	1	1,01%
	TIEN 21 / SINERSIS	6	6,83%	6	5,96%	19	17,72%	11	9,71%
	<b>TOTAL E.A. / C.H.</b>	<b>29</b>	<b>34,55%</b>	<b>29</b>	<b>29,89%</b>	<b>40</b>	<b>36,92%</b>	<b>32</b>	<b>28,10%</b>
<b>ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES</b>									
	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%	2	2,30%	0	0,00%	0	0,00%
	ELITE	0	0,56%	0	0,48%	0	0,43%	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	31,61%	30	31,76%	41	38,63%	46	40,99%
	MENAJE DEL HOGAR	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
	MIRO	2	2,10%	3	2,88%	3	2,57%	4	3,53%
	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%
	<b>TOTAL E. / C.V.</b>	<b>29</b>	<b>34,27%</b>	<b>36</b>	<b>37,42%</b>	<b>45</b>	<b>41,63%</b>	<b>50</b>	<b>44,52%</b>
<b>GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES</b>									
	ALCAMPO	5	5,98%	5	5,22%	4	3,73%	5	4,42%
	CARREFOUR		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	EL CORTE INGLES		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	EROSKI	4	4,79%	6	6,27%	6	5,60%	7	6,18%
	HIPERCOR		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	LECLERC		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	<b>TOTAL G. / G.S.</b>	<b>9</b>	<b>10,77%</b>	<b>11</b>	<b>11,49%</b>	<b>10</b>	<b>9,33%</b>	<b>12</b>	<b>10,60%</b>
<b>OTROS / TELEFONIA/INFORMATICA</b>									
		17	20,41%	20	21,20%	13	12,13%	19	16,78%
	<b>TOTAL I. Y OTROS</b>	<b>17</b>	<b>20,41%</b>	<b>20</b>	<b>21,20%</b>	<b>13</b>	<b>12,13%</b>	<b>19</b>	<b>16,78%</b>
<b>TOTALES</b>		<b>84</b>	<b>100,00%</b>	<b>96</b>	<b>100,00%</b>	<b>107</b>	<b>100,00%</b>	<b>113</b>	<b>100,00%</b>

En esta Comunidad se produce un caso digno de mención, las cifras de venta estimadas para el 2006 del grupo Media Mark es de 46 millones de Euros, cifra que supone algo más del 40% del total de ventas en este territorio. Por otro lado, valorando los datos de incremento de ventas en el periodo 2003- 2006, este grupo crece en 20 millones de Euros, lo que supone aproximadamente un 70% del total del crecimiento de ventas en esta comunidad.



El sector ocupa una superficie total de 17 995 m2. La división por canales es como sigue: 9.745 m2 para las Cadenas Horizontales, 4.170 para las Cadenas Verticales (2.433 m2 para Media Mark), 2.400 para las Grandes Superficies y 1.680 para el grupo de Independientes y otros.

Por otro lado, el sector da empleo a 563 personas. 337 de ellas en el Grupo de Cadenas Horizontales, 114 en el de Cadenas Verticales, 42 en las Grandes Superficies y 70 en el grupo de Independientes y otros.

**DETALLE ESTABLECIMIENTOS**

**2005**

ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES		Ventas	Nº Tiendas	Superficie Media por Tienda	Superficie Total	Ocupación Media por Tienda	Ocupación Total
ACTIVA		1	2	150	300	4	8
ACCION		0	0		0	5	0
CEDISE		5	6	230	1.380	4	24
CONFORT		0	12		0	4	48
EURONICS		5	9	180	1.620	3	27
EXPERT		1	2	190	380	4	8
IDEA		4	6	270	1.620	4	24
MASTER		5	10	160	1.600	3	30
MEDIMAX		0			0		0
MILAR		0			0	4	0
SEGESA REDDER		1	3	190	570	4	12
TIEN 21 / SINERSIS		8	13	175	2.275	12	156
<b>TOTAL E.A. / C.H.</b>		<b>30</b>	<b>63</b>		<b>9.745</b>		<b>337</b>
<b>ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES</b>							
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	6	160	960	2	12
FNAC		0	0	2.690	0	7	0
MEDIA MARKT		41	1	2.433	2.433	90	90
MENAJE DEL HOGAR		0	0	930	0		0
MIRO		3	1	777	777	12	12
SAN LUIS		0	0		0		0
URENDE		0	0	2.000	0		0
<b>TOTAL E. / C.V.</b>		<b>44</b>	<b>8</b>		<b>4.170</b>		<b>114</b>
<b>GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES</b>							
ALCAMPO		4	1	800	800	14	14
CARREFOUR				800	0	14	0
EL CORTE INGLES				1.500	0	30	0
EROSKI		6	2	800	1.600	14	28
HIPERCOR					0		0
LECLERC					0		0
<b>TOTAL G. / G.S.</b>		<b>10</b>	<b>3</b>		<b>2.400</b>		<b>42</b>
<b>INDEPENDIENTES Y OTROS</b>							
		22	14	120	1.680	5	70
<b>TOTAL I. Y OTROS</b>		<b>22</b>	<b>14</b>		<b>1.680</b>		<b>70</b>
<b>TOTALES 2005</b>		<b>106</b>	<b>88</b>		<b>17.995</b>		<b>563</b>