

COMUNIDAD FORAL DE **NAVARRA**

DATOS GENERALES:

POBLACIÓN		584.734
VENTAS DEL SECTOR EN 2005 (Millones de Euros)		140,00
NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS		162
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES	120	
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES	22	
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES	6	
INDEPENDIENTES Y OTROS	14	
VENTAS POR HABITANTE (Euros)		239,43



En el siguiente cuadro se incluyen los datos de los ejercicios de 2005 y 2006. La Comunidad Foral de Navarra presenta una oferta de 162 establecimientos en el ejercicio de 2005 y de 152 puntos de venta en el 2006. Lo que en porcentaje significa un 1,45% sobre el total nacional en el 2005 y un 1,42% en el 2006. Esto nos marca un mantenimiento de la presencia con una leve tendencia a la baja.

En Ventas, los porcentajes nos indican un nivel similar al de presencia, esto es, Navarra concentra un 1,18% de las ventas en el 2005 y un 1,07% en el 2006.

Valorando la variación entre ambos ejercicios, las tiendas se reducen en 10 puntos de venta, lo que representa un -6,17%. Este dato se encuentra por encima de la media nacional, que se encuentra en – 3,97%.

Igualmente valoramos la variación en Ventas, que sufren un descenso de 5 millones de Euros, cifra que representa un porcentaje de -3,57%, dato muy alejado de los 6,81% que han crecido las Ventas en la media nacional.

Como resumen podemos decir que tanto los datos de evolución en presencia de establecimientos como los de Ventas se encuentran lejos de alcanzar los reflejados para 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.


*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%
ESPAÑA	11.146	100,00%	10.704	100,00%	11.837	100,00%	12.643	100,00%
<i>Variación 2006 / 2005.</i>			-442	-3,97%			806	6,81%

En el siguiente cuadro podemos se encuentran reflejadas las marcas que operan en la Comunidad Foral de Navarra.

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 CONFORAMA ELITE</p> <p>IVARTE</p> <p>MENAJE DEL HOGAR</p> <p>PHONE HOUSE PC CITY</p>
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES	
	<p>CARREFOUR EL CORTE INGLES EROSKI</p> <p>LECLERC</p>
INDEPENDIENTES Y OTROS	

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS.

		2003	2004	2005	2006
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES					
	ACTIVA	13	10	12	12
	ACCION	1	1		
	CEDISE			1	1
	CONFORT	13	13	12	
	EURONICS	3	3	4	4
	EXPERT	6	5	10	10
	IDEA	4	4	6	6
	MASTER	37	37	37	36
	MEDIMAX		1		
	MILAR	9	11		
	SEGESA REDDER	7	5	10	10
	TIEN 21	19	17	28	28
	TOTAL E.A. / C.H.	112	107	120	107
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES					
	BAZAR EL REGALO				
	BEEP	5	6	7	11
	BOULANGER				
	CENTRO MAIL	1	2	2	2
	CONFORAMA	1	1	2	2
	ELITE	3	3	3	
	FNAC				
	IVARTE		2	2	2
	MEDIA MARKT				
	MENAJE DEL HOGAR			1	1
	MIRO				
	PHONE HOUSE	1	4	4	6
	PC CITY	1	1	1	1
	SAN LUIS		1		
	URENDE				
	TOTAL E. / C.V.	12	20	22	25
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES					
	ALCAMPO				
	CARREFOUR	2	2	2	2
	EL CORTE INGLES			1	1
	EROSKI	2	2	2	2
	HIPERCOR				
	LECLERC	1	1	1	1
	TOTAL G. / G.S.	5	5	6	6
INDEPENDIENTES Y OTROS					
	TOTAL I. Y OTROS	17	16	14	14
TOTALES		146	148	162	152

El número de establecimientos ha pasado de 146 en el año 2003 a 152 en el año 2006, lo que representa una expansión en los cuatro ejercicios de 6 nuevos puntos de venta.

La distribución de 2005 para las 162 tiendas era como sigue:

- Especialistas Agrupados 120 tiendas.
- Cadenas Verticales 22 tiendas.
- Grandes Superficies 6 tiendas.

- Independientes y Otros 14 tiendas.

Los datos anteriores nos indican que un 74,07% de los establecimientos son tiendas de tipo pequeño o mediano, pertenecientes al grupo de Especialistas Agrupados.

En la distribución por marcas el cuadro revela la misma situación vivida a nivel nacional. Acción se incorpora a Cedise, lo cual en esta comunidad presenta la característica de que simplemente los centros de Acción cambian de nombre, por no tener presencia Cedise, es decir no se sumen establecimientos. Por otro lado, Confort, Medimax, Milar y Tien 21 conforman el grupo Sinersis, aunque en el cuadro se cita a Tien 21.

En esta comunidad si tienen repercusión el cierre de Red Elite, que con tres tiendas, desaparece en los datos de 2006, influyendo en los datos de las Cadenas Verticales.

En el año 2005 tenemos como principal referente en número de tiendas al grupo Master con 37 puntos de venta. Le sigue Tien 21 (Sinersis) con 28 establecimientos.

En Cadenas Verticales, el principal oferente es Beep con 7 establecimientos en el año 2005, le sigue Phone House con 4 puntos de venta.

Las Grandes Superficies totalizan 6 puntos de venta, 2 para Carrefour y Eroski y 1 para El Corte Ingles y Leclerc.

El siguiente cuadro refleja los datos de presencia de las diferentes marcas y grupos, añadiendo sus valores porcentuales.

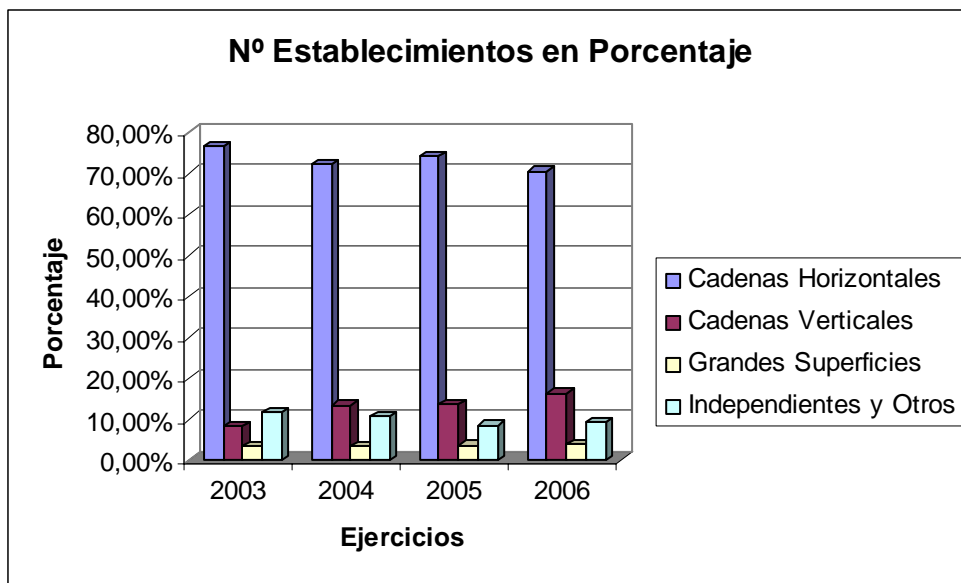
Tomando como referencia los datos de 2005, Master posee una presencia del 22,84%, dato que posteriormente analizaremos desde la variable “Cifra de Ventas” mejor exponente para valorar el nivel de concentración de la competencia.

En el grupo de Cadenas Verticales, destaca Beep con una presencia del 4,32% sobre el total. Destacamos en este punto que Media Mark no tiene presencia en la Comunidad Foral de Navarra.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

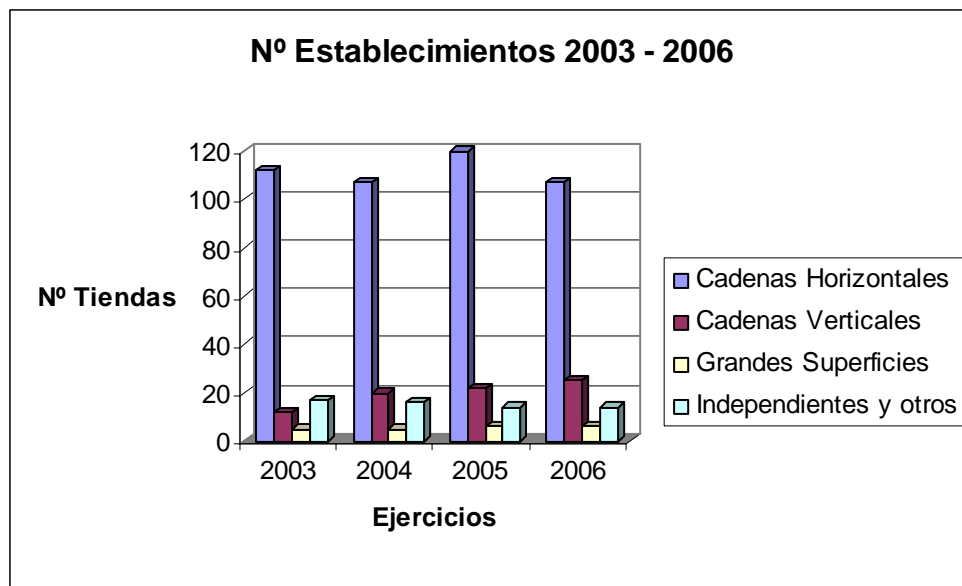
ESP. AGR. / CAD. HOR.		2003		2004		2005		2006	
		Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
	ACTIVA	13	8,90%	10	6,76%	12	7,41%	12	7,89%
	ACCION	1	0,68%	1	0,68%		0,00%		0,00%
	CEDISE		0,00%		0,00%	1	0,62%	1	0,66%
	CONFORT	13	8,90%	13	8,78%	12	7,41%		0,00%
	EURONICS	3	2,05%	3	2,03%	4	2,47%	4	2,63%
	EXPERT	6	4,11%	5	3,38%	10	6,17%	10	6,58%
	IDEA	4	2,74%	4	2,70%	6	3,70%	6	3,95%
	MASTER	37	25,34%	37	25,00%	37	22,84%	36	23,68%
	MEDIMAX		0,00%	1	0,68%		0,00%		0,00%
	MILAR	9	6,16%	11	7,43%		0,00%		0,00%
	SEGESA REDDER	7	4,79%	5	3,38%	10	6,17%	10	6,58%
	TIEN 21	19	13,01%	17	11,49%	28	17,28%	28	18,42%
	TOTAL E.A. / C.H.	112	76,71%	107	72,30%	120	74,07%	107	70,39%
ESPEC. / CAD. VER.									
	BAZAR EL REGALO		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	BEEP	5	3,42%	6	4,05%	7	4,32%	11	7,24%
	BOULANGER		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	CENTRO MAIL	1	0,68%	2	1,35%	2	1,23%	2	1,32%
	CONFORAMA	1	0,68%	1	0,68%	2	1,23%	2	1,32%
	ELITE	3	2,05%	3	2,03%	3	1,85%		0,00%
	FNAC		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	IVARTE		0,00%	2	1,35%	2	1,23%	2	1,32%
	MEDIA MARKT		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	MENAJE DEL HOGAR		0,00%		0,00%	1	0,62%	1	0,66%
	MIRO		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	PHONE HOUSE	1	0,68%	4	2,70%	4	2,47%	6	3,95%
	PC CITY	1	0,68%	1	0,68%	1	0,62%	1	0,66%
	SAN LUIS		0,00%	1	0,68%		0,00%		0,00%
	URENDE		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	TOTAL E. / C.V.	12	8,22%	20	13,51%	22	13,58%	25	16,45%
GENER. / GRA. SUP.									
	ALCAMPO		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	CARREFOUR	2	1,37%	2	1,35%	2	1,23%	2	1,32%
	EL CORTE INGLES		0,00%		0,00%	1	0,62%	1	0,66%
	EROSKI	2	1,37%	2	1,35%	2	1,23%	2	1,32%
	HIPERCOR		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	LECLERC	1	0,68%	1	0,68%	1	0,62%	1	0,66%
	TOTAL G. / G.S.	5	3,42%	5	3,38%	6	3,70%	6	3,95%
INDEPENDIENTES Y OTROS		17	11,64%	16	10,81%	14	8,64%	14	9,21%
	TOTAL I. Y OTROS	17	11,64%	16	10,81%	14	8,64%	14	9,21%
TOTALES		146	100,00%	148	100,00%	162	100,00%	152	100,00%



CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

		2003	2004	2005	2006	2006 - 2003
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / C H						
	ACTIVA	13	10	12	12	-1
	ACCION	1	1	1		-1
	CEDISE			1	1	1
	CONFORT	13	13	12		-13
	EURONICS	3	3	4	4	1
	EXPERT	6	5	10	10	4
	IDEA	4	4	6	6	2
	MASTER	37	37	37	36	-1
	MEDIMAX		1			0
	MILAR	9	11			-9
	SEGESA REDDER	7	5	10	10	3
	TIEN 21	19	17	28	28	9
	TOTAL E.A. / C.H.	112	107	120	107	-5
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES						
	BAZAR EL REGALO					0
	BEEP	5	6	7	11	6
	BOULANGER					0
	CENTRO MAIL	1	2	2	2	1
	CONFORAMA	1	1	2	2	1
	ELITE	3	3	3		-3
	FNAC					0
	IVARTE		2	2	2	2
	MEDIA MARKET					0
	MENAJE DEL HOGAR			1	1	1
	MIRO					0
	PHONE HOUSE	1	4	4	6	5
	PC CITY	1	1	1	1	0
	SAN LUIS		1			0
	URENDE					0
	TOTAL E. / C.V.	12	20	22	25	13
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES						
	ALCAMPO					0
	CARREFOUR	2	2	2	2	0
	EL CORTE INGLES			1	1	1
	EROSKI	2	2	2	2	0
	HIPERCOR					0
	LECLERC	1	1	1	1	0
	TOTAL G. / G.S.	5	5	6	6	1
INDEPENDIENTES Y OTROS						
	TOTAL I. Y OTROS	17	16	14	14	-3
TOTALES						
		146	148	162	152	6



En el capítulo de Ventas, Navarra ha pasado de 105 millones de Euros en el 2003 a 135 millones de Euros estimados para el 2006.

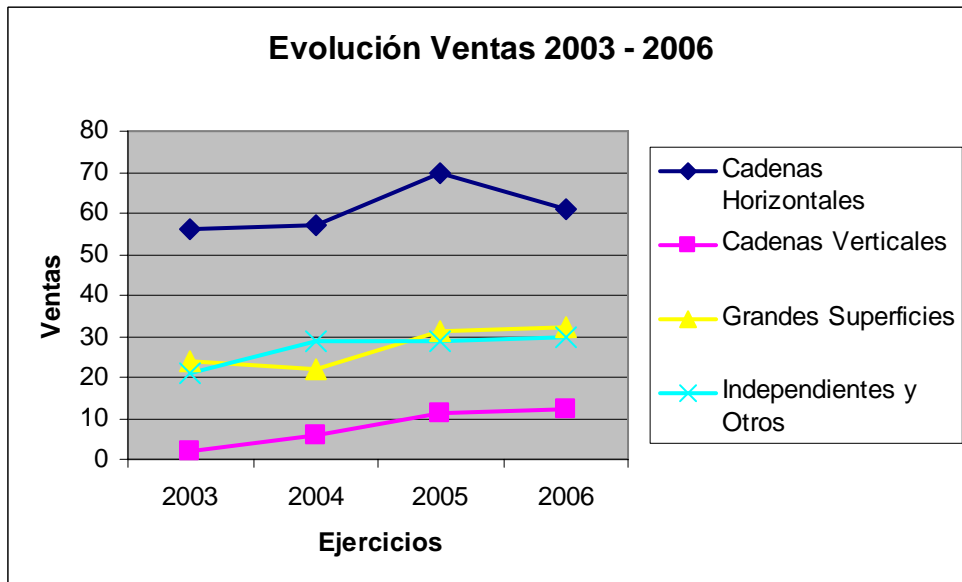
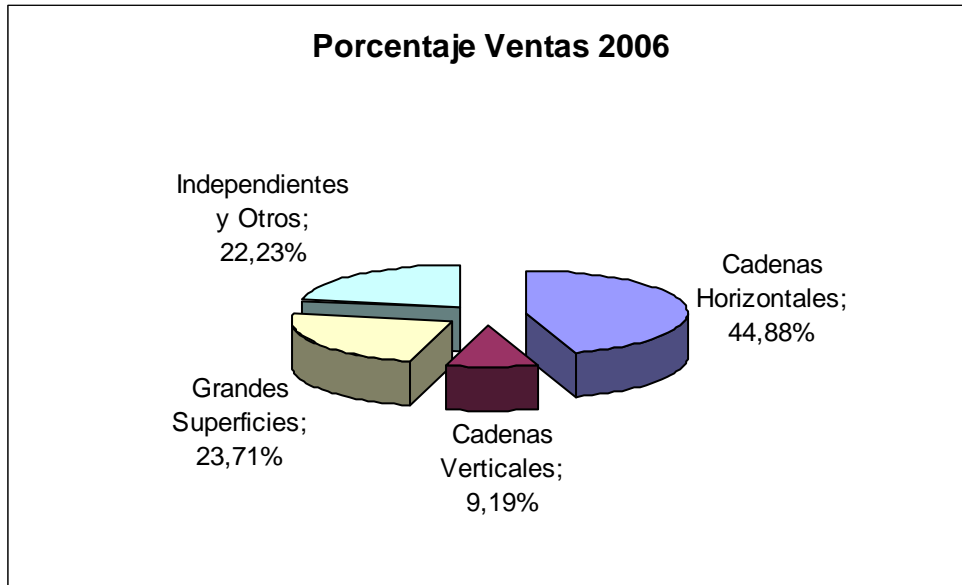
El principal canal de ventas, con los datos de 2005, es el subsector de Cadenas Horizontales con un 49,67% del total. Le siguen los Grandes Almacenes con un 22,09%, Independientes y Otros con un 20,67% y por último las Cadenas Verticales con un porcentaje del 7,58%.

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	56	52,94%	56	49,47%	70	49,67%	61	44,88%
ESPEC. / CAD. VER.	BAZAR EL REGALO BOULANGER CONFORAMA ELITE FNAC MEDIA MARKET MENAJE DEL HOGAR MIRO SAN LUIS URENDE	2	2,32%	6	5,66%	11	7,58%	12	9,19%
GENER. / GRA. SUP.	ALCAMPO CARREFOUR EL CORTE INGLES EROSKI HIPERCOR LECLERC	24	22,85%	22	19,36%	31	22,09%	32	23,71%
INDEPENDIENTES Y OTROS		23	21,89%	29	25,52%	29	20,67%	30	22,23%
TOTALES		105	100,00%	114	100,00%	140	100,00%	135	100,00%

En lo que se refiere a la evolución de las Ventas durante los cuatro ejercicios, vemos que tanto las Grandes Superficies como los Independientes y Otros, mantienen sus cuotas con variaciones inferiores a un punto porcentual. Los Especialistas Agrupados, marcan una tendencia a la baja con la pérdida de algo más de 8 puntos porcentuales y las Cadenas Verticales aumentan su porcentaje casi 7 puntos porcentuales.



En cifras absolutas, las Cadenas Horizontales aumentan sus ventas en 14 millones de Euros durante el periodo de este estudio. Las Cadenas Verticales incrementan sus cifras en 10 millones de Euros, los Grandes Almacenes suben sus ventas en 8 millones de Euros y los Independientes y otros descienden en sus ventas en -2 millones de Euros.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

VENTAS ANUALES.

		2003	2004	2005	2006	2006-2003
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES						
	ACTIVA	3	4	4	4	1
	ACCION	1	1			-1
	CEDISE	0	0	1	1	1
	CONFORT					0
	EURONICS	2	2	2	2	0
	EXPERT	2	2	4	5	3
	IDEA	3	3	4	5	2
	MASTER	16	16	16	17	1
	MEDIMAX					0
	MILAR	7	8			-7
	SEGESA REDDER	3	2	4	4	1
	TIEN 21	9	8	18	23	14
	TOTAL E.A. / C.H.	46	45	54	61	14
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	2	2	4	4	2
	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	0	0	0	8	8
	MIRO	0	0	0	0	0
	PHONE HOUSE	0	0	0		0
	PC CITY	0	0	0		0
	SAN LUIS	0	4	6	0	0
	URENDE	0	0	0	0	0
	TOTAL E. / C.V.	2	6	11	12	10
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES						
	ALCAMPO					0
	CARREFOUR	20	16	12	13	-7
	EL CORTE INGLES			13	13	13
	EROSKI	4	6	6	6	2
	HIPERCOR					0
	LECLERC					0
	TOTAL G. / G.S.	24	22	31	32	8
INDEPENDIENTES Y OTROS		32	41	45	30	-2
	TOTAL I. Y OTROS	32	41	45	30	-2
TOTALES		105	114	141	135	30

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

		2003		2004		2005		2006	
		Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CH									
	ACTIVA	3,00	6,17%	3,78	5,66%	4,00	6,41%	4	2,96%
	ACCION	0,86	1,78%	0,86	1,29%		0,00%		0,00%
	CEDISE	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,77	1,23%	1	0,57%
	CONFORT		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	EURONICS	1,83	3,76%	1,83	2,74%	2,44	3,91%	2	1,48%
	EXPERT	2,44	5,02%	2,03	3,04%	4,07	6,52%	5	3,70%
	IDEA	2,84	5,85%	2,84	4,26%	4,27	6,84%	5	3,70%
	MASTER	16,41	33,76%	16,41	24,55%	16,41	26,31%	17	12,59%
	MEDIMAX		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	MILAR	7,08	14,57%	7,66	11,46%		0,00%		0,00%
	SEGESA REDDER	2,67	5,49%	1,91	2,85%	3,81	6,12%	4	2,83%
	TIEN 21 / SINERIS	9,03	18,58%	8,08	12,09%	18,31	29,36%	23	17,04%
	TOTAL E.A. / C.H.	46,17	95,00%	45,41	67,94%	54,07	86,71%	61	44,88%
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES									
	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	2,20	4,53%	2,20	3,29%	4,40	7,06%	4	3,26%
	ELITE	0,23	0,48%	0,23	0,35%	0,23	0,37%		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	0,00	0,00%	0,00	0,00%	3,66	5,87%	8	5,93%
	MIRO	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%		0,00%
	PHONE HOUSE	0,00	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%		0,00%
	SAN LUIS	0,00	0,00%	19,00	28,43%	0,00	0,00%	0	0,00%
	URENDE	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0	0,00%
	TOTAL E. / C.V.	2,43	5,00%	21,43	32,06%	8,29	13,29%	12	9,19%
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES									
	ALCAMPO		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	CARREFOUR		0,00%		0,00%		0,00%	13	9,63%
	EL CORTE INGLES		0,00%		0,00%		0,00%	13	9,63%
	EROSKI		0,00%		0,00%		0,00%	6	4,45%
	HIPERCOR		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	LECLERC		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	TOTAL G. / G.S.	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	32	23,71%
OTROS / TELEFONIA/INFORMATICA									
			0,00%		0,00%		0,00%	30	22,23%
	TOTAL I. Y OTROS	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0	0,00%	30	22,23%
TOTALES									
		48,60	100,00%	66,84	100,00%	62,36	100,00%	135	100,00%

El sector en esta comunidad, ocupa un total de 30.700 m², y la división por canales es como sigue:

- Especialistas Agrupados 18.990 m².
- Cadenas Verticales 3.410 m².
- Grandes Superficies 4.700 m²
- Independientes y Otros 3.600 m²

DETALLE ESTABLECIMIENTOS

2005

ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES		Ventas	Nº Tiendas	Superficie Media por Tienda	Superficie Total	Ocupación Media por Tienda	Ocupación Total
ACTIVA		4	12	150	1.800	4	48
ACCION		0	0		0	5	0
CEDISE		1	1	230	230	4	4
CONFORT		0	12		0	4	48
EURONICS		2	4	180	720	3	12
EXPERT		4	10	190	1.900	4	40
IDEA		4	6	270	1.620	4	24
MASTER		16	37	160	5.920	3	111
MEDIMAX		0	0		0		0
MILAR		0	0		0	4	0
SEGESA REDDER		4	10	190	1.900	4	40
TIEN 21 / SINERSIS		18	28	175	4.900	12	336
TOTAL E.A. / C.H.		53	120		18.990		663
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES							
BAZAR EL REGALO		0	0	350	0	6	0
BOULANGER		0	0	3.000	0	30	0
CONFORAMA		4	2	1.000	2.000	14	28
ELITE		0	3	160	480	2	6
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		0	0	777	0	12	0
SAN LUIS		6	0		0		0
URENDE		0	0	2.000	0		0
TOTAL E. / C.V.		10	6		3.410		34
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES							
ALCAMPO				800	0	14	0
CARREFOUR		12	2	800	1.600	14	28
EL CORTE INGLES		13	1	1.500	1.500	30	30
EROSKI		6	2	800	1.600	14	28
HIPERCOR					0		0
LECLERC			1		0		0
TOTAL G. / G.S.		31	6		4.700		86
INDEPENDIENTES Y OTROS							
		45	30	120	3.600	5	150
TOTAL I. Y OTROS		45	30		3.600		150
TOTALES 2005		139	162		30.700		933

Por otro lado el sector emplea a 933 personas. Aproximadamente el 70% en el grupo de Especialistas Agrupados, que una vez más se muestran como el principal generador del empleo en el sector.