

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LAS ISLAS BALEARES

DATOS GENERALES:

POBLACIÓN		955.045
VENTAS DEL SECTOR EN 2005 (Millones de Euros)		257,00
NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS		278
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES	190	
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES	58	
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES	6	
INDEPENDIENTES Y OTROS	24	
VENTAS POR HABITANTE (Euros)		269,10



La Comunidad Balear, como vemos en el cuadro siguiente, presenta una oferta de 278 tiendas en el ejercicio de 2005 y de 240 establecimientos en el 2006. Esto significa un porcentaje del 2,49% sobre el total de la oferta nacional en 2005 y un 2,24% en 2006, sufre una ligera caída en su porcentaje de un cuarto de punto.

En ventas los porcentajes se corresponden con los datos de presencia, es decir, que en el año 2005 las ventas en esta comunidad ascienden a 2,17% sobre el total de ventas nacional y de un 2,08% en el 2006. Tanto los porcentajes como la tendencia son similares en ambos casos, ventas y presencia.

Si miramos la variación en valores absolutos, entre ambos años se pierden 38 establecimientos, lo que representa una pérdida del -13,67%, valor muy superior al de la media nacional que se sitúa en un - 3,97%.

Respecto de las ventas y en valores absolutos, crecen en 4 millones de Euros, que porcentualmente significa un crecimiento del 1,53%, dato que también se encuentra lejos de la media nacional, el 6,81%.

Como resumen de los datos expuestos, podemos ver que en todos los casos, estos datos se encuentran lejos de la media nacional, y con una tendencia a la baja. En adelante tendremos ocasión de realizar un mejor análisis de la evolución del sector en esta comunidad.




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.

TIENDAS Y VENTAS POR COMUNIDADES (2005 - 2006).

COMUNIDAD	TIENDAS				VENTAS			
	2005	% 2005	2006	% 2006	2005	% 2005	2006	% 2006
ANDALUCIA	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%

En las Islas Baleares, operan la práctica totalidad de las enseñas pertenecientes al grupo de Especialistas Agrupados, siendo la presencia de representantes de las Cadenas Verticales y Grandes Superficies menos representativa.

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>MIRO PHONE HOUSE PC CITY</p>
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES	
	<p>ALCAMPO CARREFOUR EL CORTE INGLES</p>
INDEPENDIENTES Y OTROS	
<p>Marzo 2007</p>	
TOTALES	

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS.

		2003	2004	2005	2006
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES					
	ACTIVA	5	5	5	5
	ACCION				
	CEDISE	2	2	2	2
	CONFORT	21	8	8	
	EURONICS	27	30	33	30
	EXPERT	49	52	52	52
	IDEA	5	6	6	6
	MASTER	7	8	30	33
	MEDIMAX				
	MILAR	21	24		
	SEGESA REDDER	4	6	14	14
	TIEN 21	42	20	40	38
	TOTAL E.A. / C.H.	183	161	190	180
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES					
	BAZAR EL REGALO				
	BEEP	9	8	9	11
	BOULANGER				
	CENTRO MAIL	3	2	3	3
	CONFORAMA	1	1	1	1
	ELITE	32	32	32	
	FNAC				
	IVARTE				
	MEDIA MARKT				
	MENAJE DEL HOGAR				
	MIRO	7	7	8	8
	PHONE HOUSE	2	4	4	6
	PC CITY		1	1	1
	SAN LUIS				
	URENDE				
	TOTAL E. / C.V.	54	55	58	30
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES					
	ALCAMPO	1	1	1	1
	CARREFOUR	3	3	3	3
	EL CORTE INGLES	2	2	2	2
	EROSKI				
	HIPERCOR				
	LECLERC				
	TOTAL G. / G.S.	6	6	6	6
INDEPENDIENTES Y OTROS		29	26	24	24
	TOTAL I. Y OTROS	29	26	24	24
TOTALES		272	248	278	240

El número de establecimientos en el año 2003 era de 272 tiendas, pasando 240 tiendas en el año 2006, lo que representa una pérdida de 32 establecimientos en el periodo del estudio.

Valorando el año 2005, la distribución de las 278 tiendas era la siguiente:

- Especialistas Agrupados 190 tiendas.
- Cadenas Verticales 58 tiendas.
- Grandes Superficies 6 tiendas.

- Independientes y otros 24 tiendas.

Como vemos en los datos anteriores, un elevado porcentaje de la oferta corresponde a tiendas de tipo pequeño o mediano, 68, 36% del total.

En la distribución de la oferta por marcas, tenemos la particularidad de que no influye la incorporación de Acción a Cedise, por la falta de presencia del primero. Y por otro lado si sucede como en el resto del territorio nacional, donde Confort, Medimax, Milar y Tien21 conforman el grupo Sinersis, aunque en el cuadro se cite a Tien 21.

Un aspecto destacado del cuadro es el cierre de Red Elite, que en esta comunidad influye de manera muy destacada en los datos sobre presencia que vimos anteriormente.

Con los datos de 2005, destaca la presencia de Expert con 52 establecimientos, seguido por Tien 21 con 40 tiendas Euronics y Master con 33 y 30 tiendas respectivamente.

En Cadenas Verticales destaca en el año 2005 y anteriores la presencia de Red Elite, que con su cierre de operaciones baja los datos de presencia para el 2006 en 32 tiendas. Pero basándonos en el 2005, le siguen Beep con 9 establecimientos y Miro con 8.

Las Grandes Superficies mantienen su presencia invariable en todo el periodo del estudio, 3 centros Carrefour, 2 El Corte Ingles y 1 Alcampo.

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

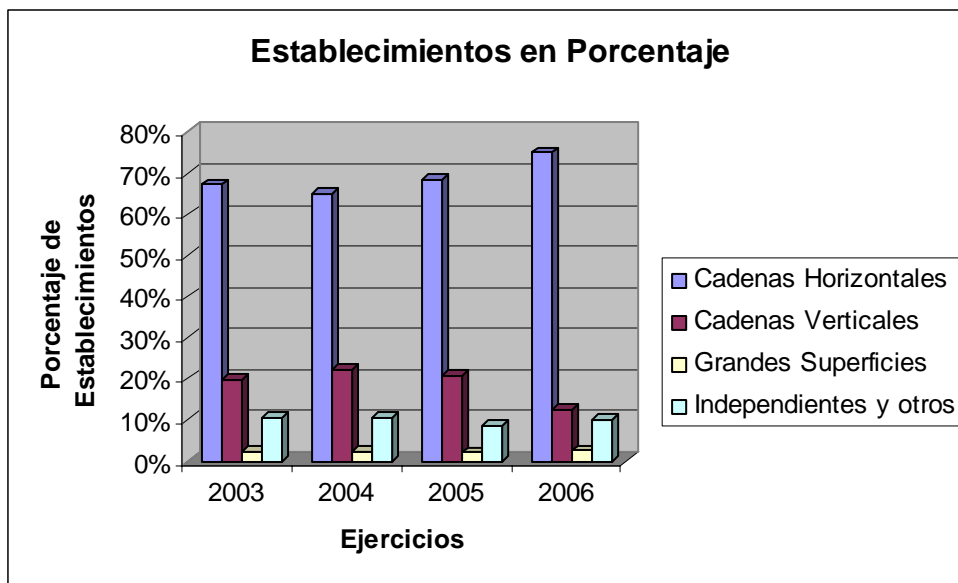
En 2005, Expert concentra el 18,71% de las tiendas, posteriormente analizando la variable “Cifra de Ventas” valoraremos de mejor manera, los niveles de concentración de la competencia.

En Cadenas Verticales destaca en el año 2005 Elite con un 11,51% del total de tiendas. Repetimos que con su cierre de operaciones y siendo el principal representante, influye destacadamente en las cifras globales para el 2006.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

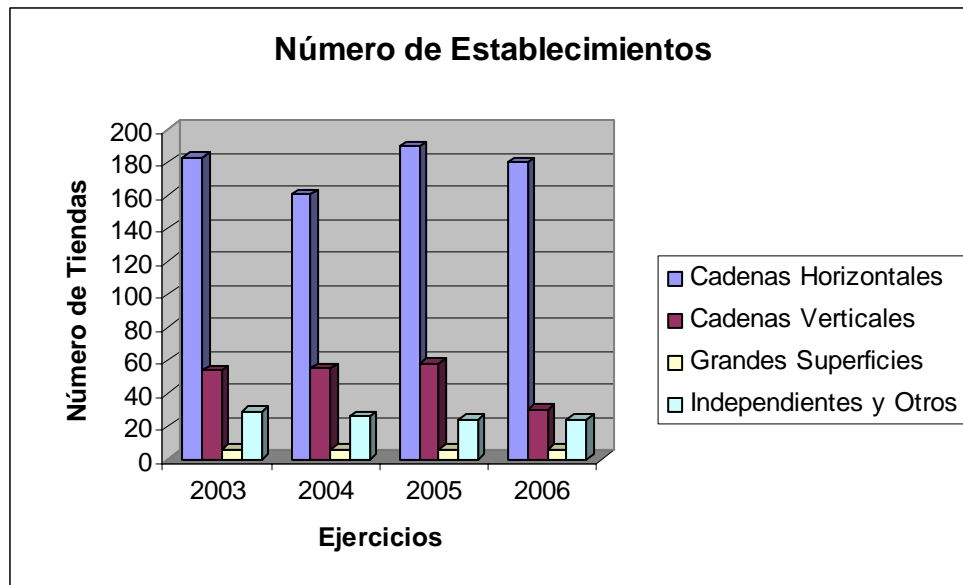
		2003		2004		2005		2006		
		Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	
ESP. AGR. / CAD. HOR.	ACTIVA	5	1,84%	5	2,02%	5	1,80%	5	2,08%	
	ACCION		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
	CEDISE	2	0,74%	2	0,81%	2	0,72%	2	0,83%	
	CONFORT	21	7,72%	8	3,23%	8	2,88%		0,00%	
	EURONICS	27	9,93%	30	12,10%	33	11,87%	30	12,50%	
	EXPERT	49	18,01%	52	20,97%	52	18,71%	52	21,67%	
	IDEA	5	1,84%	6	2,42%	6	2,16%	6	2,50%	
	MASTER	7	2,57%	8	3,23%	30	10,79%	33	13,75%	
	MEDIMAX		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
	MILAR	21	7,72%	24	9,68%		0,00%		0,00%	
	SEGESA REDDER	4	1,47%	6	2,42%	14	5,04%	14	5,83%	
	TIEN 21	42	15,44%	20	8,06%	40	14,39%	38	15,83%	
	TOTAL E.A. / C.H.		183	67,28%	161	64,92%	190	68,35%	180	75,00%
	ESPEC. / CAD. VER.									
	BAZAR EL REGALO		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
	BEEP	9	3,31%	8	3,23%	9	3,24%	11	4,58%	
	BOULANGER		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
	CENTRO MAIL	3	1,10%	2	0,81%	3	1,08%	3	1,25%	
	CONFORAMA	1	0,37%	1	0,40%	1	0,36%	1	0,42%	
	ELITE	32	11,76%	32	12,90%	32	11,51%		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		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
	MIRO	7	2,57%	7	2,82%	8	2,88%	8	3,33%	
	PHONE HOUSE	2	0,74%	4	1,61%	4	1,44%	6	2,50%	
	PC CITY		0,00%	1	0,40%	1	0,36%	1	0,42%	
	SAN LUIS		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
	URENDE		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
TOTAL E. / C.V.		54	19,85%	55	22,18%	58	20,86%	30	12,50%	
GENER. / GRA. SUP.										
	ALCAMPO	1	0,37%	1	0,40%	1	0,36%	1	0,42%	
	CARREFOUR	3	1,10%	3	1,21%	3	1,08%	3	1,25%	
	EL CORTE INGLES	2	0,74%	2	0,81%	2	0,72%	2	0,83%	
	EROSKI		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
	HIPERCOR		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
	LECLERC		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
TOTAL G. / G.S.		6	2,21%	6	2,42%	6	2,16%	6	2,50%	
INDEPENDIENTES Y OTROS										
		29	10,66%	26	10,48%	24	8,63%	24	10,00%	
TOTAL I. Y OTROS		29	10,66%	26	10,48%	24	8,63%	24	10,00%	
TOTALES		272	100,00%	248	100,00%	278	100,00%	240	100,00%	



CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

		2003	2004	2005	2006	2006 - 2003
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / C H						
	ACTIVA	5	5	5	5	0
	ACCION					0
	CEDISE	2	2	2	2	0
	CONFORT	21	8	8		-21
	EURONICS	27	30	33	30	3
	EXPERT	49	52	52	52	3
	IDEA	5	6	6	6	1
	MASTER	7	8	30	33	26
	MEDIMAX					0
	MILAR	21	24			-21
	SEGESA REDDER	4	6	14	14	10
	TIEN 21	42	20	40	38	-4
	TOTAL E.A. / C.H.	183	161	190	180	-3
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES						
	BAZAR EL REGALO					0
	BEEP	9	8	9	11	2
	BOULANGER					0
	CENTRO MAIL	3	2	3	3	0
	CONFORAMA	1	1	1	1	0
	ELITE	32	32	32		-32
	FNAC					0
	IVARTE					0
	MEDIA MARKT					0
	MENAJE DEL HOGAR					0
	MIRO	7	7	8	8	1
	PHONE HOUSE	2	4	4	6	4
	PC CITY		1	1	1	1
	SAN LUIS					0
	URENDE					0
	TOTAL E. / C.V.	54	55	58	30	-24
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES						
	ALCAMPO	1	1	1	1	0
	CARREFOUR	3	3	3	3	0
	EL CORTE INGLES	2	2	2	2	0
	EROSKI					0
	HIPERCOR					0
	LECLERC					0
	TOTAL G. / G.S.	6	6	6	6	0
INDEPENDIENTES Y OTROS		29	26	24	24	-5
	TOTAL I. Y OTROS	29	26	24	24	-5
TOTALES		272	248	278	240	-32



En el capítulo de Ventas, la comunidad Balear, pasa de 200 millones de Euros en el año 2003 a una estimación de 261 millones de Euros en el 2006.

El principal canal de Ventas esta liderado por las Cadenas Horizontales, canal tradicional y de mayor presencia, con un 46,69% del total en el año 2005. Le siguen las Grandes Superficies con un 22,93%, Independientes y Otros con un 20,98% y finalmente las Cadenas Verticales con un porcentaje del 9,40% sobre el total de Ventas.

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	106	52,93%	111	47,77%	120	46,69%	116	44,44%
ESPEC. / CAD. VER.	BAZAR EL REGALO BOULANGER CONFORAMA ELITE FNAC MEDIA MARKT MENAJE DEL HOGAR MIRO SAN LUIS URENDE	23	11,52%	27	11,72%	24	9,40%	26	10,03%
GENER. / GRA. SUP.	ALCAMPO CARREFOUR EL CORTE INGLES EROSKI HIPERCOR LECLERC	46	23,03%	51	21,98%	59	22,93%	63	24,11%
INDEPENDIENTES Y OTROS		25	12,52%	43	18,53%	54	20,98%	56	21,43%
TOTALES		200	100,00%	232	100,00%	257	100,00%	261	100,00%

Si valoramos la evolución durante los cuatro ejercicios, las Cadenas Verticales y las Grandes Superficies prácticamente mantienen sus datos porcentuales, los primeros con una tendencia a la baja y los segundos con una tendencia al alza. Los Independientes mantienen una línea positiva mejorando en el periodo de estudio en casi nueve puntos. Por último las Cadenas Horizontales mantienen una tendencia a la baja perdiendo en estos cuatro años algo más de ocho puntos.

En Cifras absolutas de Ventas, las Cadenas Horizontales han aumentado en 41 millones de Euros. Las Cadenas Verticales en 4 millones de Euros, dato en el de nuevo influye en gran manera el cierre de operaciones de Red Elite, el principal oferente en este grupo. Las Grandes Superficies incrementan sus ventas 17 millones de Euros y por último los Independientes y otros mejoran sus cifras en 1 millón de Euros.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

VENTAS ANUALES.

		2003	2004	2005	2006	2006-2003
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES						
	ACTIVA	6	6	7	9	3
	ACCION	0	0			0
	CEDISE	2	2	2	2	0
	CONFORT					0
	EURONICS	11	18	20	13	2
	EXPERT	19	21	21	41	22
	IDEA	4	4	4	4	1
	MASTER	3	9	11	11	8
	MEDIMAX					0
	MILAR	13	14			-13
	SEGESA REDDER	2	4	5	5	4
	TIEN 21	17	10	27	31	14
	TOTAL E.A. / C.H.	75	88	97	116	41
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	2	2	0
	ELITE	6	8	1		-6
	FNAC	0	0	0	0	0
	IVARTE	0	0	0		0
	MEDIA MARKT	0	0	0	0	0
	MENAJE DEL HOGAR	0	0	0	0	0
	MIRO	14	17	20	24	10
	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
	TOTAL E. / C.V.	22	27	23	26	4
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES						
	ALCAMPO	4	5	5	6	2
	CARREFOUR	18	18	18	21	3
	EL CORTE INGLES	24	28	36	36	12
	EROSKI					0
	HIPERCOR					0
	LECLERC					0
	TOTAL G. / G.S.	46	51	59	63	17
INDEPENDIENTES Y OTROS						
		55	66	77	56	1
	TOTAL I. Y OTROS	55	66	77	56	1
TOTALES		199	232	257	261	63

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

Para terminar con los datos de ventas, debemos recalcar el principal dato en esta comunidad, Red Elite desaparece de la escena del sector en esta comunidad, siendo el principal oferente. Este dato influye en gran manera en los datos del sector y muy especialmente del grupo de Cadenas Verticales.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN. VENTAS POR MARCAS

	2003		2004		2005		2006	
	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%
ESPECIALISTAS AGRUPADOS / C.H								
ACTIVA	7,00	3,51%	7,00	3,02%	8,00	3,12%	9	3,44%
ACCION	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0	0,00%
CEDEISE	1,53	0,77%	1,53	0,66%	1,53	0,60%	2	0,59%
CONFORT		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
EURONICS	8,00	4,01%	16,00	6,90%	16,00	6,23%	13	4,97%
EXPERT	33,00	16,55%	33,00	14,22%	38,00	14,80%	41	15,69%
IDEA	3,56	1,78%	4,27	1,84%	4,27	1,66%	4	1,63%
MASTER	3,10	1,56%	9,00	3,88%	11,00	4,28%	11	4,21%
MEDIMAX		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
MILAR	23,00	11,54%	21,00	9,05%		0,00%		0,00%
SEGESA REDDER	1,53	0,77%	4,05	1,74%	5,34	2,08%	5	2,04%
TIEN 21 / SINERSIS	25,00	12,54%	15,00	6,46%	36,00	14,02%	31	11,86%
TOTAL E.A. / C.H.	105,72	53,02%	110,85	47,77%	120,14	46,78%	116	44,44%
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	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	0,00%
CONFORAMA	2,20	1,10%	2,20	0,95%	2,20	0,86%	2	0,84%
ELITE	6,47	3,25%	8,00	3,45%	1,47	0,57%		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	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%	0,00	0,00%	0	0,00%
MIRO	14,00	7,02%	17,00	7,33%	20,00	7,79%	24	
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%	0,00	0,00%	0	
URENDE	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0	
TOTAL E. / C.V.	22,67	11,37%	27,20	11,72%	23,67	9,22%	26	10,03%
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES								
ALCAMPO	4	2,01%	5,00	2,15%	5	1,95%	6	2,30%
CARREFOUR	18	9,03%	18,00	7,76%	18	7,01%	21	8,04%
EL CORTE INGLES	24	12,04%	28,00	12,07%	36	14,02%	36	13,78%
EROSKI		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
HIPERCOR		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
LECLERC		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL G. / G.S.	46,00	23,07%	51,00	21,98%	59,00	22,97%	63	24,11%
OTROS / TELEFONIA/INFORMATICA								
	25,00	12,54%	43,00	18,53%	54	21,03%	56	21,43%
TOTAL I. Y OTROS	25,00	12,54%	43,00	18,53%	54	21,03%	56	21,43%
TOTALES	199,39	100,00%	232,05	100,00%	256,81	100,00%	261	100,00%

Gráfico referido a los datos de Ventas en porcentaje, durante el ejercicio de 2006.

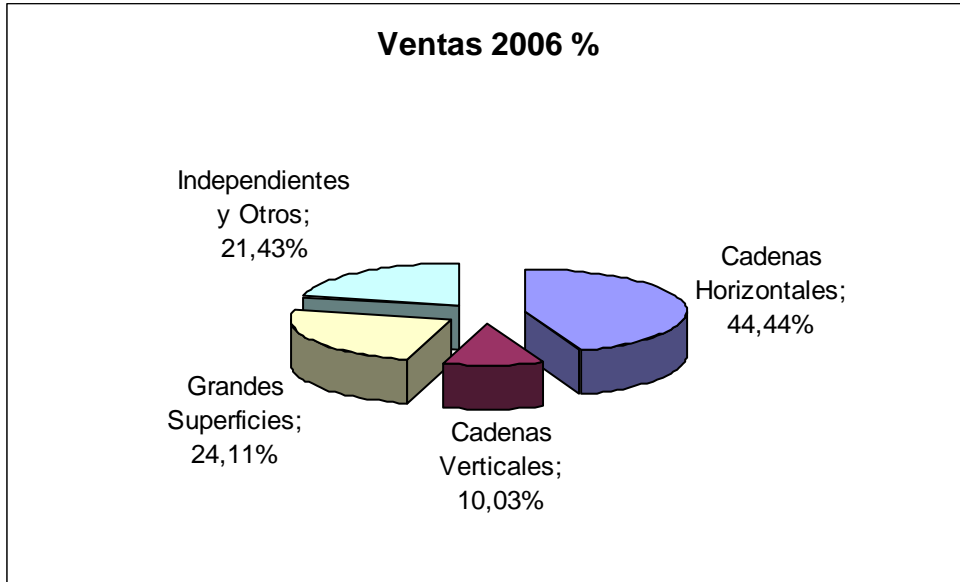
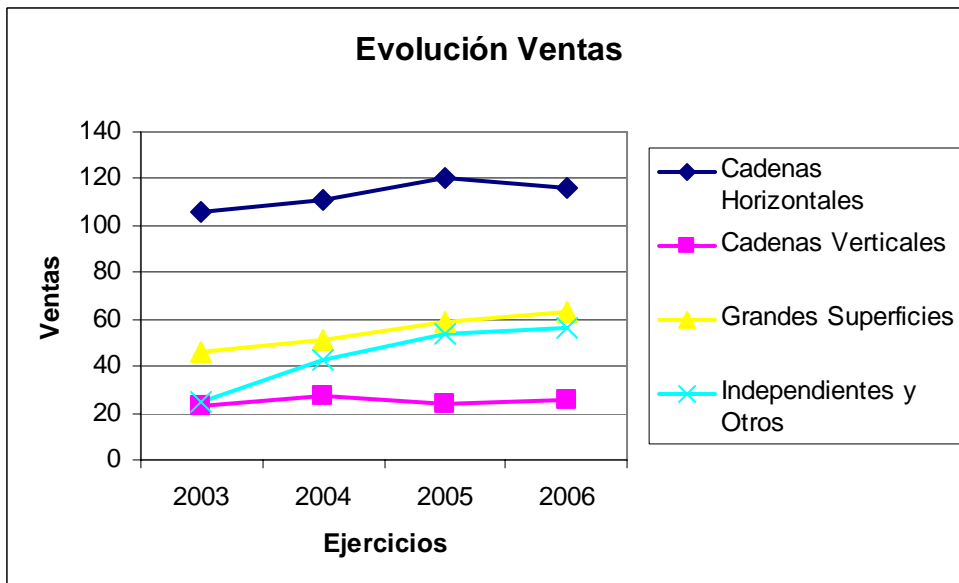


Gráfico que incluye la evolución en Ventas en valores absolutos durante los años 2003, 2004, 2005 y 2006.



En la Comunidad Balear, el sector ocupa una superficie total de 57.036 m2. que resumiendo por grupos que da como sigue: Cadenas Horizontales con 33.580 m2, Cadenas Verticales con 12.336 m2, Grandes Superficies con 6.200 m2 y por último los Independientes y otros con 4.920 m2.

DETALLE ESTABLECIMIENTOS

2005

ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES		Ventas	Nº Tiendas	Superficie Media por Tienda	Superficie Total	Ocupación Media por Tienda	Ocupación Total
ACTIVA		7	5	150	750	4	20
ACCION		0	0		0	5	0
CEDISE		2	2	230	460	4	8
CONFORT		0	0		0	4	0
EURONICS		20	8	180	1.440	3	24
EXPERT		21	33	190	6.270	4	132
IDEA		4	52	270	14.040	4	208
MASTER		11	6	160	960	3	18
MEDIMAX		0	30		0		0
MILAR		0	0		0	4	0
SEGESA REDDER		5	14	190	2.660	4	56
TIEN 21 / SINERSIS		27	40	175	7.000	12	480
TOTAL E.A. / C.H.		97	190		33.580		946
ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES							
BAZAR EL REGALO		0	0	350	0	6	0
BOULANGER		0	0	3.000	0	30	0
CONFORAMA		2	1	1.000	1.000	14	14
ELITE		1	32	160	5.120	2	64
FNAC		0	0	2.690	0	7	0
MEDIA MKRT		0	0	2.433	0	90	0
MENAJE DEL HOGAR		0	0	930	0		0
MIRO		20	8	777	6.216	12	96
SAN LUIS		0	0		0		0
URENDE		0	0	2.000	0		0
TOTAL E. / C.V.		23	41		12.336		174
GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES							
ALCAMPO		5	1	800	800	14	14
CARREFOUR		18	3	800	2.400	14	42
EL CORTE INGLES		36	2	1.500	3.000	30	60
EROSKI				800	0	14	0
HIPERCOR					0		0
LECLERC					0		0
TOTAL G. / G.S.		59	6		6.200		116
INDEPENDIENTES Y OTROS							
		77	41	120	4.920	5	205
TOTAL I. Y OTROS		77	41		4.920		205
TOTALES 2005		256	278		57.036		1.441

Por otro lado, el sector emplea a un total de 1.441 personas. Con algo más del 70%, las Cadenas Horizontales son el principal sustento de empleo en el sector. Este dato muestra una vez más, la importancia como motor laboral de las tiendas asociadas medianas y pequeñas.