

PAÍS VASCO

DATOS GENERALES:

| | | |
|---|-----|------------------|
| POBLACION | | 2.115.279 |
| VENTAS DEL SECTOR EN 2005 (Millones de Euros) | | 705,00 |
| NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS | | 587 |
| ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES | 444 | |
| ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES | 65 | |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | 32 | |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | 46 | |
| VENTAS POR HABITANTE (Euros) | | 333,29 |



Los macros datos del sector de ventas de electrodomésticos y electrónica de consumo en el País Vasco, para el ejercicio 2005, se resumen:

- Ventas generadas por importe de 705 millones de euros.
- 587 establecimientos operativos.
- Divididos en: 444 especialistas agrupados, 65 cadenas verticales, 32 grandes superficies y 46 independientes y otros.
- Casi 136.00 metros cuadrados de superficie de venta.
- Ocupación total superior a los 4.000 empleos directos.

DETALLE ESTABLECIMIENTOS

2005

| ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES | | Ventas | Nº Tiendas | Superficie Media por Tienda | Superficie Total | Ocupación Media por Tienda | Ocupación Total |
|--|--|------------|------------|--------------------------------|---------------------|-------------------------------|--------------------|
| ACTIVA | | 21 | 81 | 150 | 12.150 | 4 | 324 |
| ACCION | | 0 | 0 | | 0 | 5 | 0 |
| CEDISE | | 38 | 50 | 230 | 11.500 | 4 | 200 |
| CONFORT | | 0 | 3 | | 0 | 4 | 12 |
| EURONICS | | 5 | 8 | 180 | 1.440 | 3 | 24 |
| EXPERT | | 26 | 63 | 190 | 11.970 | 4 | 252 |
| IDEA | | 9 | 12 | 270 | 3.240 | 4 | 48 |
| MASTER | | 28 | 70 | 160 | 11.200 | 3 | 210 |
| MEDIMAX | | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 |
| MILAR | | 0 | 0 | | 0 | 4 | 0 |
| SEGESA REDDER | | 11 | 29 | 190 | 5.510 | 4 | 116 |
| TIEN 21 / SINERSIS | | 73 | 128 | 175 | 22.400 | 12 | 1.536 |
| TOTAL E.A. / C.H. | | 211 | 444 | | 79.410 | | 2.722 |
| ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES | | | | | | | |
| BAZAR EL REGALO | | 0 | 0 | 350 | 0 | 6 | 0 |
| BOULANGER | | 0 | 0 | 3.000 | 0 | 30 | 0 |
| CONFORAMA | | 7 | 3 | 1.000 | 3.000 | 14 | 42 |
| ELITE | | 0 | 0 | 160 | 0 | 2 | 0 |
| FNAC | | 15 | 1 | 2.690 | 2.690 | 7 | 7 |
| MEDIA MARKT | | 134 | 3 | 2.433 | 7.299 | 90 | 270 |
| MENAJE DEL HOGAR | | 0 | 0 | 930 | 0 | 0 | 0 |
| MIRO | | 27 | 3 | 777 | 2.331 | 12 | 36 |
| SAN LUIS | | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 |
| URENDE | | 0 | 0 | 2.000 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL E. / C.V. | | 183 | 10 | | 15.320 | | 355 |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | | | | | | | |
| ALCAMPO | | 8 | 2 | 800 | 1.600 | 14 | 28 |
| CARREFOUR | | 35 | 5 | 800 | 4.000 | 14 | 70 |
| EL CORTE INGLES | | 65 | 5 | 1.500 | 7.500 | 30 | 150 |
| EROSKI | | 56 | 20 | 800 | 16.000 | 14 | 280 |
| HIPERCOR | | | | | 0 | 0 | 0 |
| LECLERC | | | | | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL G. / G.S. | | 164 | 32 | | 29.100 | | 528 |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | | 148 | 101 | 120 | 12.120 | 5 | 505 |
| TOTAL I. Y OTROS | | 148 | 101 | | 12.120 | | 505 |
| TOTALES 2005 | | 706 | 587 | | 135.950 | | 4.110 |

- Con una población cifrada en 2.115.279 personas, el consumo medio por encima de la media nacional, situada en 274 euros por habitante.
- En número de tiendas el País Vasco acoge el 5,27% del total español.
- Este dato porcentual reflejado en cifra de ventas representa un 5,96% de las ventas nacionales.

- Por lo que se refiere a la evolución de los dos últimos ejercicios (2005 y 2006) el País Vasco prácticamente mantiene su oferta, con una variación de 3 establecimientos (un 0,51% de incremento).
- En ventas ha aumentado un 6,82% (48 millones de euros entre ambos ejercicios), pasando de 705 a 753. Este porcentaje totalmente en la línea de la media nacional (6,81%).
- Si ampliamos el rango de tiempo de análisis, entre 2003 y 2006 las ventas pasan de 481 millones de euros a 753 millones, esto es, un 56,55%. Este dato si se encuentra por encima de la media total del sector que se sitúa en el 43,67%. Este nuevo dato es representativo de la evolución del sector en esta Comunidad dado que su incremento es cerca de un 30% superior al nacional (56,55% respecto de 43,67%).
- Se encuentran presentes la totalidad de las marcas que conforman la propuesta comercial del sector.

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</p> <p>FNAC</p> <p>MEDIA MARKT</p> <p>MIRO PHONE HOUSE PC CITY</p> |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | |
|  | <p>ALCAMPO CARREFOUR EL CORTE INGLES EROSKI</p> |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | |

El número de establecimientos en el País Vasco ha crecido de 532 en el 2003 a 590 en el 2006, lo que indica que se han aperturado 58 nuevos puntos de venta, divididos en: 36 tiendas agrupadas, 33 establecimientos verticales, se han mantenidas grandes superficies y se han reducido 11 tiendas independientes.

Llama la atención que desde 2003 no se haya instalado ninguna nueva gran superficie.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS.

| | | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|--------------------------|------------|------------|------------|------------|
| ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES | | | | | |
| | ACTIVA | 40 | 60 | 81 | 95 |
| | ACCION | | | | |
| | CEDISE | 50 | 50 | 50 | 50 |
| | CONFORT | 3 | 3 | 3 | |
| | EURONICS | 9 | 10 | 8 | 9 |
| | EXPERT | 68 | 64 | 63 | 63 |
| | IDEA | 12 | 12 | 12 | 12 |
| | MASTER | 84 | 79 | 70 | 57 |
| | MEDIMAX | | | | |
| | MILAR | 15 | 17 | | |
| | SEGESA REDDER | 14 | 15 | 29 | 29 |
| | TIEN 21 | 107 | 116 | 128 | 123 |
| | TOTAL E.A. / C.H. | 402 | 426 | 444 | 438 |
| ESPECIALISTAS / CADENAS VERTICALES | | | | | |
| | BAZAR EL REGALO | | | | |
| | BEEP | 25 | 26 | 30 | 33 |
| | BOULANGER | | | | |
| | CENTRO MAIL | 5 | 6 | 8 | 11 |
| | CONFORAMA | 2 | 3 | 3 | 3 |
| | ELITE | | | | |
| | FNAC | | | 1 | 2 |
| | IVARTE | | | | |
| | MEDIA MARKT | 1 | 3 | 3 | 4 |
| | MENAJE DEL HOGAR | | | | |
| | MIRO | 3 | 3 | 3 | 4 |
| | PHONE HOUSE | 5 | 12 | 16 | 16 |
| | PC CITY | | 1 | 1 | 1 |
| | SAN LUIS | | | | |
| | URENDE | | | | |
| | TOTAL E. / C.V. | 41 | 54 | 65 | 74 |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | | | | | |
| | ALCAMPO | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | CARREFOUR | 5 | 5 | 5 | 5 |
| | EL CORTE INGLES | 5 | 5 | 5 | 5 |
| | EROSKI | 20 | 20 | 20 | 20 |
| | HIPERCOR | | | | |
| | LECLERC | | | | |
| | TOTAL G. / G.S. | 32 | 32 | 32 | 32 |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | | 57 | 52 | 46 | 46 |
| | TOTAL I. Y OTROS | 57 | 52 | 46 | 46 |
| TOTALES | | 532 | 564 | 587 | 590 |

Si desglosamos por marcas destaca la expansión Activa con 55 nuevas tiendas y de Segesa Redder con 15, en lo que a grupos horizontales se refiere. Este incremento se complementa con la reducción de 27 tiendas de la enseña Master. El resto han permanecido en sus cifras de 2003.

En verticales se producen incrementos en las tiendas de venta exclusiva de productos vinculados a las comunicaciones (telefonía) e informática. Pero, destaca por su incidencia individual los 3 nuevos centros de Media Markt. Cada centro de este grupo representa, en valores absolutos y porcentuales, cambios importantes por lo que a superficie de venta y cifra de facturación se refiere.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

| | | 2003 | | 2004 | | 2005 | | 2006 | |
|-------------------------------|--------------------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|
| | | Número | % | Número | % | Número | % | Número | % |
| ESP. AGR. / CAD. HOR. | | | | | | | | | |
| | ACTIVA | 40 | 7,52% | 60 | 10,64% | 81 | 13,80% | 95 | 16,10% |
| | ACCION | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | CEDISE | 50 | 9,40% | 50 | 8,87% | 50 | 8,52% | 50 | 8,47% |
| | CONFORT | 3 | 0,56% | 3 | 0,53% | 3 | 0,51% | | 0,00% |
| | EURONICS | 9 | 1,69% | 10 | 1,77% | 8 | 1,36% | 9 | 1,53% |
| | EXPERT | 68 | 12,78% | 64 | 11,35% | 63 | 10,73% | 63 | 10,68% |
| | IDEA | 12 | 2,26% | 12 | 2,13% | 12 | 2,04% | 12 | 2,03% |
| | MASTER | 84 | 15,79% | 79 | 14,01% | 70 | 11,93% | 57 | 9,66% |
| | MEDIMAX | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | MILAR | 15 | 2,82% | 17 | 3,01% | | 0,00% | | 0,00% |
| | SEGESA REDDER | 14 | 2,63% | 15 | 2,66% | 29 | 4,94% | 29 | 4,92% |
| | TIEN 21 | 107 | 20,11% | 116 | 20,57% | 128 | 21,81% | 123 | 20,85% |
| | TOTAL E.A. / C.H. | 402 | 75,56% | 426 | 75,53% | 444 | 75,64% | 438 | 74,24% |
| ESPEC. / CAD. VER. | | | | | | | | | |
| | BAZAR EL REGALO | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | BEEP | 25 | 4,70% | 26 | 4,61% | 30 | 5,11% | 33 | 5,59% |
| | BOULANGER | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | CENTRO MAIL | 5 | 0,94% | 6 | 1,06% | 8 | 1,36% | 11 | 1,86% |
| | CONFORAMA | 2 | 0,38% | 3 | 0,53% | 3 | 0,51% | 3 | 0,51% |
| | ELITE | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | FNAC | | 0,00% | | 0,00% | 1 | 0,17% | 2 | 0,34% |
| | IVARTE | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | MEDIA MARKET | 1 | 0,19% | 3 | 0,53% | 3 | 0,51% | 4 | 0,68% |
| | MENAJE DEL HOGAR | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | MIRO | 3 | 0,56% | 3 | 0,53% | 3 | 0,51% | 4 | 0,68% |
| | PHONE HOUSE | 5 | 0,94% | 12 | 2,13% | 16 | 2,73% | 16 | 2,71% |
| | PC CITY | | 0,00% | 1 | 0,18% | 1 | 0,17% | 1 | 0,17% |
| | SAN LUIS | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | URENDE | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | TOTAL E. / C.V. | 41 | 7,71% | 54 | 9,57% | 65 | 11,07% | 74 | 12,54% |
| GENER. / GRA. SUP. | | | | | | | | | |
| | ALCAMPO | 2 | 0,38% | 2 | 0,35% | 2 | 0,34% | 2 | 0,34% |
| | CARREFOUR | 5 | 0,94% | 5 | 0,89% | 5 | 0,85% | 5 | 0,85% |
| | EL CORTE INGLES | 5 | 0,94% | 5 | 0,89% | 5 | 0,85% | 5 | 0,85% |
| | EROSKI | 20 | 3,76% | 20 | 3,55% | 20 | 3,41% | 20 | 3,39% |
| | HIPERCOR | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | LECLERC | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| | TOTAL G. / G.S. | 32 | 6,02% | 32 | 5,67% | 32 | 5,45% | 32 | 5,42% |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | | | | | | | | | |
| | | 57 | 10,71% | 52 | 9,22% | 46 | 7,84% | 46 | 7,80% |
| | TOTAL I. Y OTROS | 57 | 10,71% | 52 | 9,22% | 46 | 7,84% | 46 | 7,80% |
| TOTALES | | 532 | 100,00% | 564 | 100,00% | 587 | 100,00% | 590 | 100,00% |

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

VENTAS ANUALES.

| | | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2006-2003 |
|---|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| ESPECIALISTAS AGRUPADOS / CADENAS HORIZONTALES | | | | | | |
| | ACTIVA | 10 | 19 | 24 | 31 | 21 |
| | ACCION | 0 | 0 | | | 0 |
| | CEDISE | 29 | 38 | 38 | 44 | 15 |
| | CONFORT | | | | | 0 |
| | EURONICS | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 |
| | EXPERT | 30 | 30 | 29 | 30 | 0 |
| | IDEA | 9 | 9 | 9 | 10 | 1 |
| | MASTER | 32 | 30 | 28 | 31 | -1 |
| | MEDIMAX | | | | | 0 |
| | MILAR | 18 | 20 | | | -18 |
| | SEGESA REDDER | 7 | 6 | 11 | 11 | 4 |
| | TIEN 21 | 75 | 96 | 105 | 101 | 26 |
| | TOTAL E.A. / C.H. | 214 | 252 | 248 | 262 | 48 |
| 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 | 4 | 6 | 7 | 8 | 4 |
| | ELITE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | FNAC | 0 | 0 | 15 | 24 | 24 |
| | IVARTE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | MEDIA MARKT | 21 | 112 | 134 | 162 | 141 |
| | MENAJE DEL HOGAR | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | MIRO | 28 | 32 | 27 | 11 | -17 |
| | 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. | 54 | 150 | 183 | 205 | 151 |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | | | | | | |
| | ALCAMPO | 9 | 8 | 8 | 9 | 0 |
| | CARREFOUR | 23 | 27 | 35 | 36 | 13 |
| | EL CORTE INGLES | 55 | 65 | 65 | 66 | 11 |
| | EROSKI | 52 | 50 | 56 | 59 | 7 |
| | HIPERCOR | | | | | 0 |
| | LECLERC | | | | | 0 |
| | TOTAL G. / G.S. | 139 | 150 | 164 | 170 | 31 |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | | 74 | 90 | 110 | 116 | 42 |
| | TOTAL I. Y OTROS | 74 | 90 | 110 | 116 | 42 |
| TOTALES | | 481 | 641 | 705 | 753 | 272 |

Como se ha citado anteriormente, las ventas han evolucionado e 481 millones en 2003 a 753 millones en 2006, muy por encima del crecimiento medio del sector. Este incremento de 272 millones ha sido generado de la siguiente manera:

- 48 millones por las cadenas horizontales.
- 151 millones por las cadenas verticales.
- 31 millones por las grandes superficies.
- 42 millones por los independientes y otros.

El mayor incremento se ha producido en la venta de las tiendas de tipo vertical y, básicamente, por el aumento de presencia de Media Markt, que al pasar de uno a cuatro centros operativos, aumenta su cifra de 21 a 162, lo que representa multiplicar por ocho la cifra. Este dato es altamente significativo y es uno de los más claros exponentes de la evolución del sector en España.

De tal manera, y como puede observarse en cuadros siguientes, Media Markt ha pasado de una cuota del 4,45% en 2003 a 21,51% en el 2006. La evolución, mantenida en el tiempo, roza los límites establecidos en la defensa de la competencia.

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 | 214 | 44,56% | 252 | 39,23% | 248 | 35,17% | 262 | 34,79% |
| ESPEC. / CAD. VER. | BAZAR EL REGALO BOULANGER CONFORAMA ELITE FNAC MEDIA MARKT MENAJE DEL HOGAR MIRO SAN LUIS URENDE | 54 | 11,18% | 150 | 23,36% | 183 | 25,97% | 205 | 27,25% |
| GENER. / GRA. SUP. | ALCAMPO CARREFOUR EL CORTE INGLES EROSKI HIPERCOR LECLERC | 139 | 28,88% | 150 | 23,38% | 164 | 23,26% | 170 | 22,57% |
| INDEPENDIENTES Y OTROS | | 74 | 15,38% | 90 | 14,03% | 110 | 15,60% | 116 | 15,40% |
| TOTALES | | 481 | 100,00% | 641 | 100,00% | 705 | 100,00% | 753 | 100,00% |

En términos generales, el aumento de las ventas en el País Vasco se ha centrado, de forma especial, en las Tiendas Verticales, y prácticamente en Media Markt.

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 | 10 | 2,08% | 19 | 2,96% | 24 | 3,40% | 31 | 4,12% |
| ACCION | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| CEDISE | 29 | 6,09% | 38 | 5,98% | 38 | 5,44% | 44 | 5,84% |
| CONFORT | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| EURONICS | 4 | 0,83% | 4 | 0,62% | 4 | 0,57% | 4 | 0,53% |
| EXPERT | 30 | 6,23% | 30 | 4,68% | 29 | 4,11% | 30 | 3,98% |
| IDEA | 9 | 1,77% | 9 | 1,33% | 9 | 1,21% | 10 | 1,33% |
| MASTER | 32 | 6,70% | 30 | 4,68% | 28 | 3,97% | 31 | 4,12% |
| MEDIMAX | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| MILAR | 18 | 3,74% | 20 | 3,12% | | 0,00% | | 0,00% |
| SEGESA REDDER | 7 | 1,53% | 6 | 0,89% | 11 | 1,57% | 11 | 1,46% |
| TIEN 21 / SINERSIS | 75 | 15,58% | 96 | 14,97% | 105 | 14,89% | 101 | 13,41% |
| TOTAL E.A. / C.H. | 214 | 44,56% | 252 | 39,23% | 248 | 35,17% | 262 | 34,79% |
| 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 | 4 | 0,91% | 6 | 0,87% | 7 | 0,94% | 8 | 1,06% |
| ELITE | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| FNAC | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 15 | 2,16% | 24 | 3,19% |
| IVARTE | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| MEDIA MARKT | 21 | 4,45% | 112 | 17,50% | 134 | 19,04% | 162 | 21,51% |
| MENAJE DEL HOGAR | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| MIRO | 28 | 5,82% | 32 | 4,99% | 27 | 3,83% | 11 | 1,46% |
| PHONE HOUSE | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | | |
| PC CITY | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | | |
| SAN LUIS | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | | |
| URENDE | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | | |
| TOTAL E. / C.V. | 54 | 11,18% | 150 | 23,36% | 183 | 25,97% | 205 | 27,22% |
| GENERALISTAS / GRANDES SUPERFICIES | | | | | | | | |
| ALCAMPO | 9 | 1,87% | 8 | 1,25% | 8 | 1,13% | 9 | 1,20% |
| CARREFOUR | 23 | 4,78% | 27 | 4,21% | 35 | 4,96% | 36 | 4,78% |
| EL CORTE INGLES | 55 | 11,43% | 65 | 10,13% | 65 | 9,22% | 66 | 8,76% |
| EROSKI | 52 | 10,80% | 50 | 7,79% | 56 | 7,94% | 59 | 7,84% |
| HIPERCOR | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| LECLERC | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| TOTAL G. / G.S. | 139 | 28,88% | 150 | 23,38% | 164 | 23,26% | 170 | 22,58% |
| OTROS / TELEFONIA/INFORMATICA | | | | | | | | |
| | 74 | 15,38% | 90 | 14,03% | 110 | 15,60% | 116 | 15,41% |
| TOTAL I. Y OTROS | 74 | 15,38% | 90 | 14,03% | 110 | 15,60% | 116 | 15,41% |
| TOTALES | 481 | 100,00% | 641 | 100,00% | 705 | 100,00% | 753 | 100,00% |

El análisis de la evolución de las Cuota de Mercado indica que las cadenas horizontales han perdido casi diez puntos porcentuales, al pasar del 44,56% del mercado al 34,79%, en sólo cuatro años. Asimismo, las grandes superficies han visto reducida su participación en ventas del 28,88% al 22,58%, es decir, algo más del 6%. Los independientes y otros se mantienen.

Estas pérdidas de Cuota se han dirigido a la oferta de tiendas verticales que pasan del 11,18% en 2003 a un llamativo 27,22% en el 2006, espectacular 16 puntos de aumento. Si además se considera que la oferta vertical se concentra prácticamente en un oferente se produce la concentración antes citada. Deberá perseguirse la evolución de la planificación de apertura de nuevos centros en la zona (área de influencia).

Para terminar, y a la vista del cuadro anterior, otros oferentes dignos de mención son: el Grupo Sinersis (las enseñas vinculadas a Tien 21 y Milar) con un 13,41% (101 millones de venta) y El Corte Inglés (8,76%) y Eroski (7,84%) con 66 millones y 59 millones estimados para cada uno de ellos.