

Las cadenas tiran de la distribución



Después de un año en el que el mercado de los electrodomésticos alcanzó resultados históricos, aunque ya había ralentizado su crecimiento, la distribución dio un pequeño paso atrás en 2022. Sus ventas disminuyeron un 0,3%, siendo los grupos de compra los que experimentaron un mayor decrecimiento.

El 2022 fue un año en el que el Hiper Sector ElectroHogar entró en una pequeña recesión en cuanto a facturación, haciendo que se enciendan todas las alertas. El mercado español ElectroHogar alcanzó un total de 10.294 millones de euros, un 0,3% menos que los 10.325 de 2021, aunque un 2,67% más que los 10.026 de 2020.

Las cadenas no sólo volvieron a liderar el mercado en 2022 con una cuota del 30,4% y unas ventas de 3.130 millones de euros, sino que también cerraron el ejercicio en positivo, con un 2,6% más de ventas que en 2021. Al igual que el año anterior, fueron las que mejor comportamiento disfrutaron. Le siguieron los grupos de compra, con un 20,6% de la tarta (cayeron a ese porcentaje desde el 21,4% de 2021) y 2.117 millones de ventas, un 4,1% menos que

en 2020. Fueron las que más lastraron al mercado. En el caso de las grandes superficies generalistas, las de menor peso del mercado, su cuota se subió al 16,4%, con una facturación de 1.688 millones de euros, un 1,7% más.

El resto de la distribución, incluidos los especialistas, son los que al final representaron mayor porcentaje de la tarta, un 32,6%, perdiendo de nuevo terreno ya que partían del 33% en 2021. Su facturación, 3.359 millones de euros, disminuyó un 1,4%.

En el apartado de análisis por canal, Sinerisis (en el que operan las enseñas Tien 21, Milar y Euronics) volvió a ser el número uno de los grupos de compra. Su cuota creció al 51,4%, desde el 46,3% de 2021. Sus ventas llegaron a los 1.088 millones de euros de facturación. Detrás, con mucha

diferencia, Segesa (con el 16%), Conzentria (con el 15%) y Eldisser (con el 14,2%). Con todo, la distribución vivió un cambio de ciclo y hay que esperar a que finalice 2023 para ver si continúa dando pasos atrás, debido a la incertidumbre económica provocada por, entre otras causas, la inflación y las consecuencias de la guerra de Ucrania. Se ha dado por finalizada la pandemia, lo que podría derivar en un mayor optimismo. Ya advertimos hace un año de que en 2022 podría acontecer una posible recesión económica y que la mencionada inflación (que ya se ha estabilizado), la crisis del gas, el conflicto de Ucrania, los retrasos con los materiales y, por ende, los problemas de suministro, hacían que nos encontráramos ante nuevos retos. A pesar de que la distribución ha dado un pequeño paso atrás, ha sabido abordarlos. Muestra de ello es que el

número de puntos de venta de los grupos de compra se mantuvo prácticamente igual en 2022 (294 frente a los 295 de 2021).

Liderazgo consolidado

Como hemos comentado, Sinersis, con más 30 años de experiencia, se aproximó a los 1.100 millones de euros en la venta de electrodomésticos. Se consolidó como el mayor grupo español de venta de electrodomésticos. Uno de cada cuatro electrodomésticos en España se compra en sus tiendas. Facturó 1.088 millones de euros en el año 2022, lo que supone un incremento del 6,5% respecto al período anterior, que fue de 1.023 millones. Este crecimiento duplica el experimentado por el total del mercado español, y lo consolida como el grupo español más grande en el comercio de electrodomésticos.

Con 1.500 tiendas en toda España, a 15 kilómetros de cualquier consumidor, cada día les visitan 30.000 clientes. En total, cuenta con 415.000 metros cuadrados de superficie de venta y 20 plataformas logísticas con 130.000 metros cuadrados de almacenes. Sus especialistas en electrodomésticos y electrónica para el hogar asesoran a los clientes en la tienda más cercana sobre el producto idóneo y más asequible a su economía, en servicios de financiación, en la recogida de residuos, en el mantenimiento de aparatos y en los productos que ahorran energía y agua y benefician el entorno. Desde Sinersis recuerdan que la innovación

Ventas por canal mercado español ElectroHogar · 2021-2022

Millones de euros

	Ventas 2021	Ventas 2022*
Grupos de compra	2.207,8	2.117
Conzentria ¹	328,15	316,58
Cadena Elecco	18,5	20,1
HGM	87	54,2
Eldisser	270	300
Segesa	481,14	338,04
Sinersis ²	1.023	1.088
Cadenas	3.051,2	3.130
Grandes superficies generalistas	1.660	1.688
Resto	3.406	3.359
TOTAL SECTOR	10.325	10.294

Cifras sin IVA

*Algunas de las cifras corresponden a estimaciones
Fuentes: Registro mercantil, empresas y Electromarket

(1) En el grupo Conzentria operan las enseñas Activa, DECORactiva, Connecta y Expert. En la facturación no se incluye Activa Shops

(2) En el grupo Sinersis operan las enseñas Tien 21, Milar y Euronics

se encamina hacia la omnicanalidad, donde tienda y web no se distinguen o se intercambian. Por ejemplo, comprar en internet y recoger en tienda, o consultar en web e ir a la tienda. Ellos creen en el equilibrio entre la tienda física y el online. Consideran que es necesaria la cercanía al consumidor mediante la tienda física.

José María Verdeguer, director general

de Sinersis hasta el 1 de agosto, valora positivamente los resultados obtenidos, destacando que "el confinamiento de la pandemia provocó que la gente se volcara en lograr un hogar cómodo y renovado y esa tendencia se ha mantenido hasta el año 2021 con un consumo sostenido de electrodomésticos. Además, se incrementaron las ventas de electrónica

Las cadenas otra vez consiguieron liderar el mercado en 2022 con una cuota del 30,4% y unas ventas de 3.130 millones de euros

Cuotas de mercado dentro del canal · 2021-2022

%

	2021	2022
Grupos de compra	100	100
Conzentria ¹	14,9	15
Cadena Elecco	0,8	1
HGM	3,9	2,6
Eldisser	12,2	14,2
Segesa	21,8	16
Sinersis ²	46,3	51,4

Fuentes: Registro mercantil, empresas y Electromarket

(1) En el grupo Conzentria operan las enseñas Activa, DECORactiva, Connecta y Expert. En la facturación no se incluye Activa Shops

(2) En el grupo Sinersis operan las enseñas Tien 21, Milar y Euronics

Cuota de mercado sobre el total · 2021-2022

%

	2021	2022
Grupos de compra	21,4	20,6
Conzentria ¹	3,2	3,1
Cadena Elecco	0,2	0,2
HGM	0,8	0,5
Eldisser	2,7	2,9
Segesa	4,7	3,3
Sinersis ²	9,9	10,6
Cadenas	29,6	30,4
Grandes superficies generalistas	16,1	16,4
Resto	32,9	32,6
TOTAL SECTOR	100	100

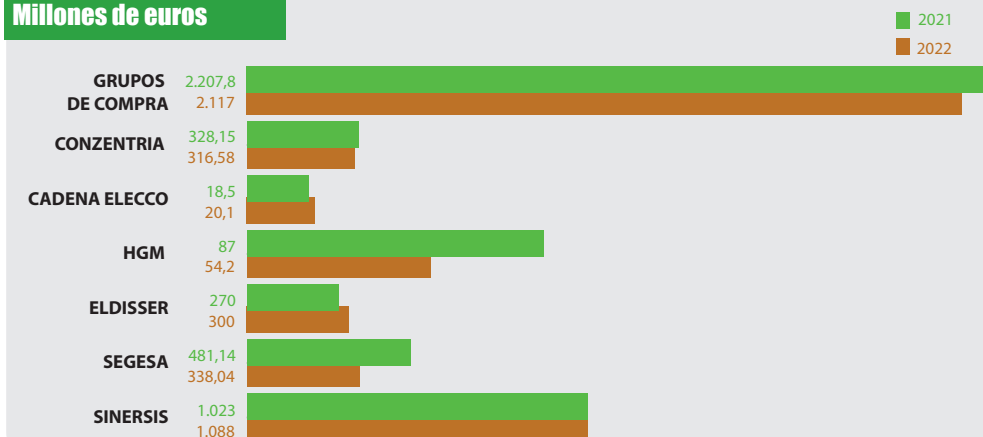
Fuentes: Registro mercantil, empresas y Electromarket

(1) En el grupo Conzentria operan las enseñas Activa, DECORactiva, Connecta y Expert. En la facturación no se incluye Activa Shops

(2) En el grupo Sinersis operan las enseñas Tien 21, Milar y Euronics

Ventas de los grupos de compra · 2021-2022

Millones de euros



de consumo como la informática, telefonía y otros de entretenimiento”.

Verdeguer asevera que el comercio de proximidad es un verdadero motor para el consumo y la economía española. Contribuye con sus impuestos y la reinversión al crecimiento local, al de las comunidades autónomas y al del país en su conjunto. Asimismo, defiende que favorece el desarrollo social en todos los rincones del país. En muchos pueblos, el comercio

es un recurso para evitar la despoblación. En ese sentido, si no hay comercio, no hay vida. De él depende el empleo directo de muchas familias y también el indirecto derivado del efecto que propicia, por ejemplo, en el transporte, la logística y en la hostelería, por citar algunos.

Por otra parte, Verdeguer apunta que "la adquisición de electrodomésticos de última generación beneficia también al consumidor porque suponen ahorros

Número de socios de los grupos de compra

	2021	2022
Conzentria	12	10
Cadena Elecco	6	5
Segesa	14	13
Sinersis	21	19

considerables en la factura de la electricidad y en el consumo de agua”. De hecho, un frigorífico de última generación puede ahorrar hasta 175 euros al año en electricidad. A un consumidor le puede salir “gratis” el aparato en cinco años, aproximadamente. Teniendo aparatos eficientes en el hogar como el frigorífico, la lavadora, el lavavajillas y la secadora “pueden ahorrar unos 800 euros al año en consumo energético”. **Carlos Moreno-Figueroa** fue nombrado nuevo director general, en sustitución de Verdaguer, y asumirá el cargo a partir del 1 de agosto. Una de sus enseñas, Euronics International, facturó 23.200 millones de euros en 2022, lo que le sitúa como líder de EMEA (Europa, Oriente Medio y África). ■

Número de puntos de venta de los grupos de compra

	2021	2022
Conzentria		
Activa	213	208
Decorativa	169	160
Connecta	33	33
Expert	361	349
Cadena Elecco	66	70
HGM		
Master Cadena	427	166
Master Kitchen	37	11
Eldisser		
Mi Electro	307	339
Segesa		
Cadena Redder	1.267	1.251
Sinersis		
Tien 21	647	761
Milar	412	403
Euronics	295	372

Sinersis facturó 1.088 millones de euros en 2022, lo que supone un incremento del 6,4% respecto al período anterior

Evolución de las ventas de canales y operadores · 2021-2022

	%
Grupos de compra	-4,1
Conzentria ¹	-3,5
Cadena Elecco	8,6
HGM	-37,7
Eldisser	11,1
Segesa	-29,7
Sinersis ²	6,4
Cadenas	2,6
Grandes superficies generalistas	1,7
Resto	-1,4
TOTAL SECTOR	-0,3

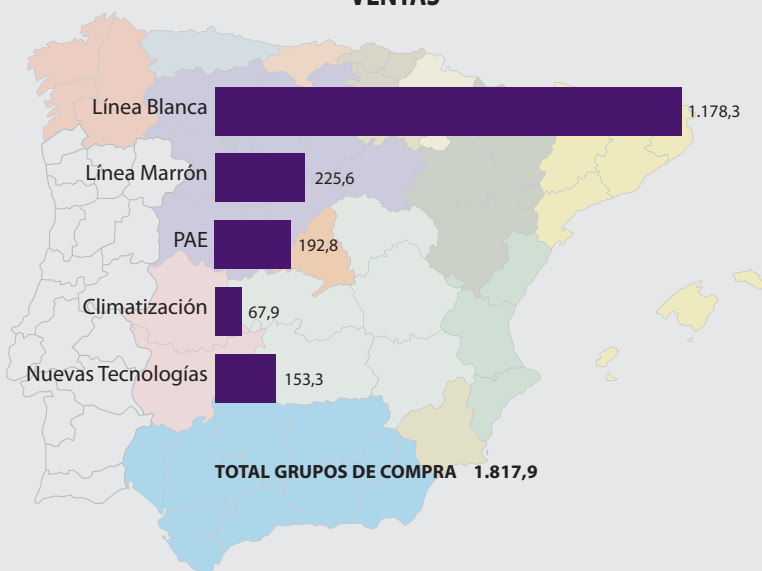
Fuente: Registro mercantil, empresas y Electromarket

(1) En el grupo Conzentria operan las enseñas Activa, DECORactiva, Connecta y Expert. En la facturación no se incluye Activa Shops

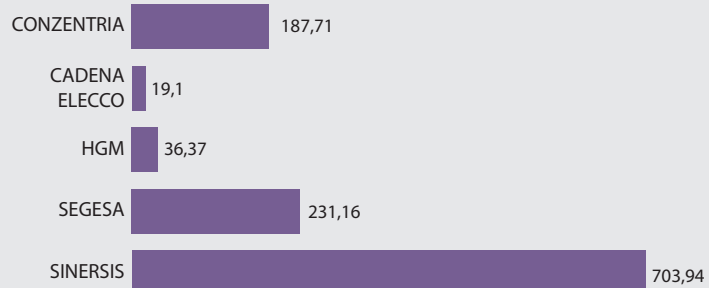
(2) En el grupo Sinersis operan las enseñas Tien 21, Milar y Euronics

Facturación por subsectores de los grupos de compras · 2022 Millones de euros

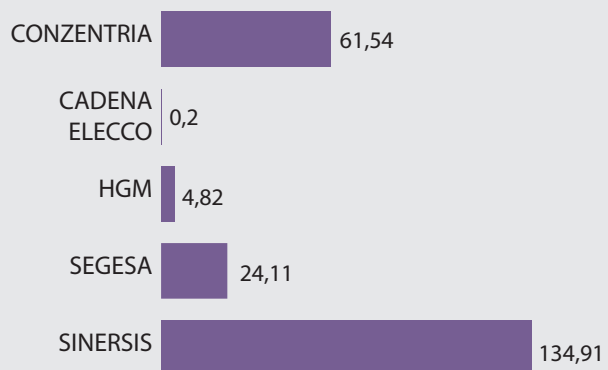
VENTAS



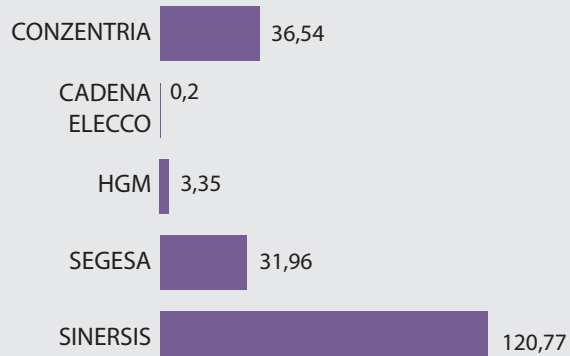
LÍNEA BLANCA



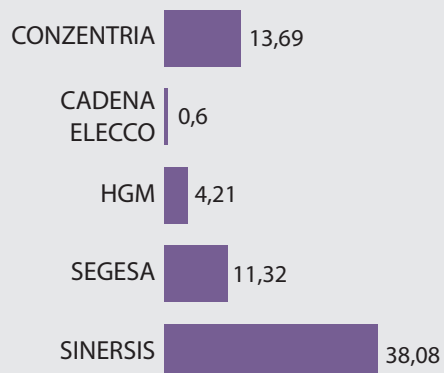
LÍNEA MARRÓN



PAE



CLIMATIZACIÓN



NUEVAS TECNOLOGÍAS

