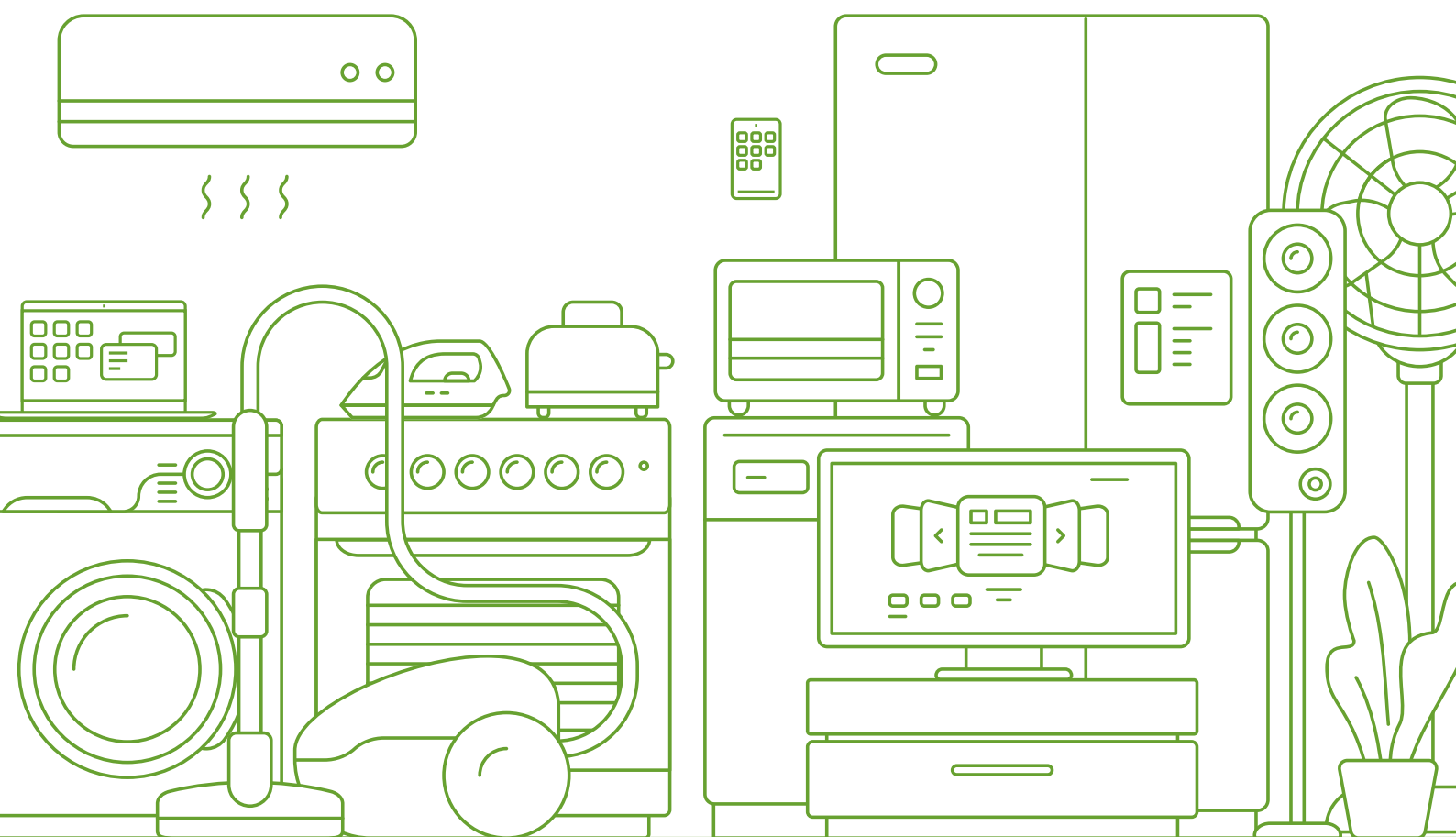
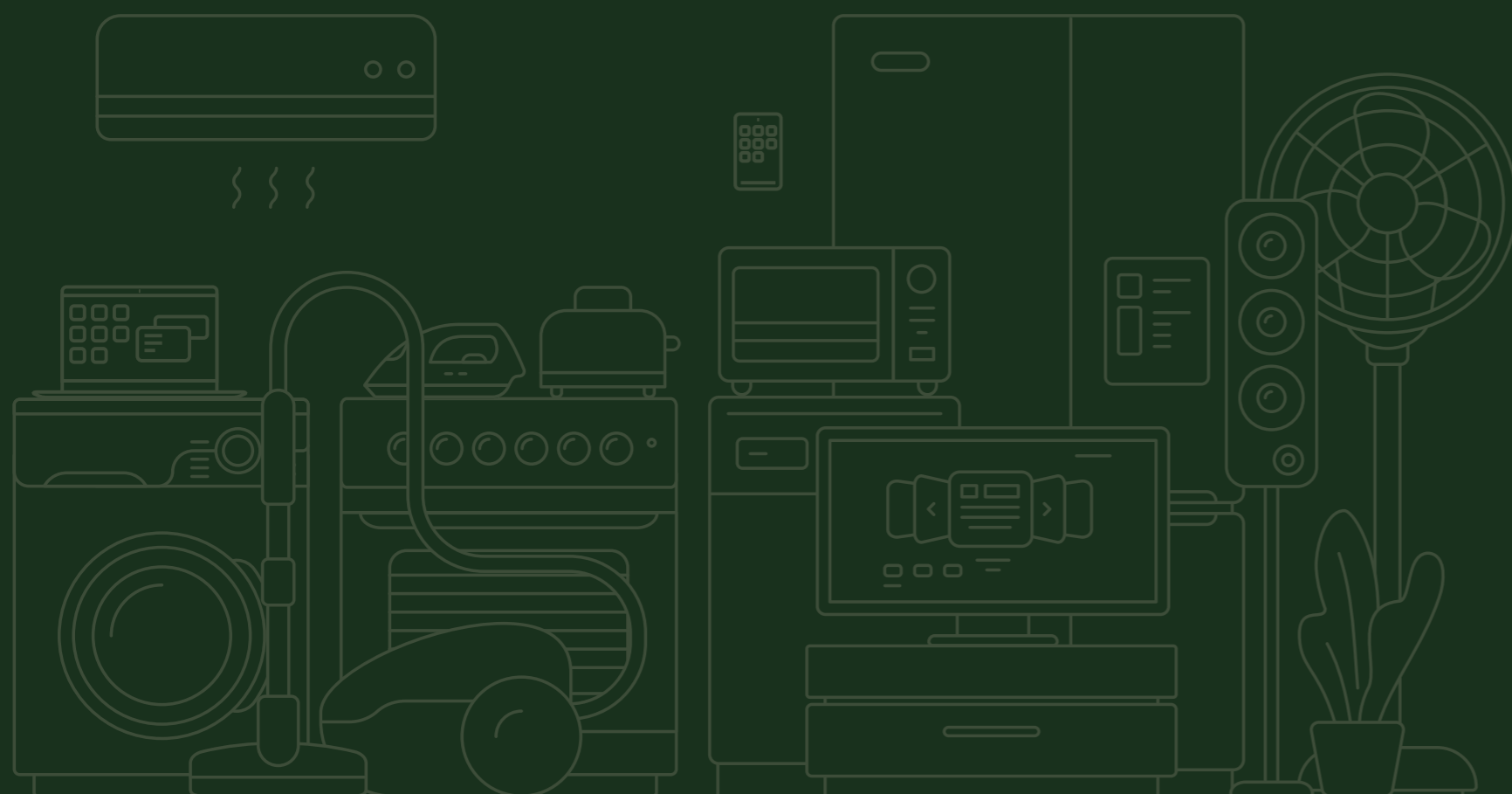


Radiografía del sector 2022

Comercio de Electrodomésticos



FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COMERCIANTES
DE ELECTRODOMÉSTICOS



Diego Giménez Soldevilla

Carta del Presidente

Desde que asumí la presidencia de FECE en 2018, hemos estado trabajando en la consolidación de la defensa de los intereses del comercio de electrodomésticos, y lo que más me ha llamado la atención es comprobar que el sector está volcado en la adecuada profesionalización del mismo, poniendo el foco en tres ejes:

- > Gestión del talento en la especialización, la formación y los servicios
- > Economía circular en torno al reciclaje y la sostenibilidad
- > Innovación y transformación digital

Esta Radiografía de nuestro sector en España surge como una iniciativa para mostrar en cifras la relevancia del mercado y de sus actores, que hacen que el comercio de proximidad de electrodomésticos sea a día de hoy el vertebrador de la España rural y vaciada, así como el motor de las ciudades.

Nuestro principal reto es que cuando preguntemos por la calle qué es el comercio de proximidad electro, la gente no responda que es solo vender un electrodoméstico, porque es infinitamente más, es Producto, es Servicio, es Cualificación y es Asesoramiento.

Esperamos que estos datos y su análisis aporten un granito de arena en la mejora de la productividad y competitividad de un sector en auge que factura 2.733 M€ y que emplea a 20.000 profesionales.

Índice

1.	FECE	8
2.	CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO: METODOLOGÍA Y FICHA TÉCNICA.	9
3.	TAMAÑO DEL MERCADO CANAL PROXIMIDAD DEL SECTOR COMERCIO ELECTRODOMÉSTICOS 2022	10
4.	MAPA GEOGRÁFICO Y CENSO	20
5.	EMPLEO DIRECTO EN EL CANAL	25
6.	FORMACIÓN ESPECÍFICA	26
7.	SERVICIOS DE VALOR AÑADIDO	26
8.	INVERSIÓN: INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	27
9.	SOSTENIBILIDAD	28
10.	CONCLUSIONES	30

1. Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE)

Más de 40 años representando las inquietudes de los comerciantes

La Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE) es la Patronal fundada en Madrid en 1980 por las distintas asociaciones regionales de comerciantes y grupos del canal de distribución horizontal del sector comercio electrodomésticos.

La Federación desempeña el papel de principal portavoz, defensor y representante de las inquietudes e intereses de los comerciantes del sector ante las instituciones políticas nacionales y europeas y ante los fabricantes y proveedores del sector. Su principal objetivo es apoyar al comercio de proximidad tanto en temas comerciales como regulatorios y medioambientales, proporcionándole información sobre la normativa que le afecta de forma ágil, accesible y útil para ejercitar su labor cotidiana dentro del marco legal.

La Federación opera en todo el territorio español y a través de sus entidades asociadas representa a algo más de 5.100 comercios españoles de electrodomésticos, 72 plataformas regionales y casi 20.000 profesionales del sector.

Desde FECE ponemos en valor el trabajo de las asociaciones regionales y su colaboración permanente en beneficio del canal.

Como Federación, tenemos contacto frecuente con Administraciones Públicas y medios de comunicación, por lo que habitualmente se nos requiere información general y concreta sobre el sector.

Cada vez es más necesaria información lo más desglosada y localizada posible, aludiendo a datos a nivel nacional, autonómico, provincial y local, obteniendo el punto de equilibrio entre las ventajas informativas y de transparencia que aportan a nivel social y sectorial y el derecho de las empresas a mantener el secreto de información.

Por ese motivo, desde hace tiempo estamos recabando datos de nuestras empresas asociadas y, fruto de los datos que los socios nos han aportado, han resultado los últimos informes de FECE, los cuales están teniendo calado en la sociedad y en organismos oficiales. Este año hemos procesado dichos datos para elaborar el informe sectorial a nivel global.

La sociedad nos pide ser transparentes, ser éticos, y por tanto lo preferible es actuar así: serlo, parecerlo, comunicarlo.

Con este planteamiento realizamos una recopilación de información que a su vez permita crear una radiografía del sector lo más ajustada posible a la realidad. Agradecemos toda la colaboración recibida, que va en beneficio de todo el sector electro.



2. Características del estudio: metodología

Los datos obtenidos para el desarrollo del estudio del sector cubren más del 95% de canales y distribuidores a nivel nacional, excluyendo las grandes superficies y cadenas.

El estudio incluye al menos el 95% de tipos y categorías de productos que conforman el mercado de comercio de electrodomésticos: línea blanca, línea marrón, PAE, IT (informática, telecomunicaciones, fotografía, electrónica, imagen, sonido) y clima (aire acondicionado, calefacción, ventilación, ...).

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

- > Aportar datos genéricos del sector es ejemplo de transparencia frente a Administraciones Públicas y la sociedad.
- > Generar una imagen fiel del sector.
- > Notoriedad en medios de comunicación.
- > Medir la posición relativa de nuestras empresas respecto a ciertas variables del mercado
- > Desarrollar seguimientos y previsiones de la evolución del mercado.

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO:

Ámbito

Sector Canal Comercio de electrodomésticos en España.

Perfil de las personas encuestadas: directivos de las centrales de los grupos de distribución.

Universo

Centrales de los grupos de distribución y plataformas mayoristas a nivel nacional, excluyendo las grandes superficies.

Centrales de los Grupos de distribución nacionales colaboradoras del estudio: **ACTIVA HOGAR S.A., GEMEvisa 2000 S.A., ELDISSER S.A., FADESA S.A., GRECOOK GESTIÓN DE COMPRAS S.L., HEPECA S.A., GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A., SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.**

Técnica de Recogida de información

Cuestionario no estructurado mediante vía telefónica (8%), online (67%) y presencial (25%).

Tipo Estudio

Estudio tipo cuantitativo

Muestra

100% de respuesta de las centrales de los grupos de distribución entrevistados.

Representatividad del Estudio

Se estima que la muestra (grupos y plataformas) que ha participado en el desarrollo del estudio representan más del 95% del sector comercio de electrodomésticos.

Fecha de Trabajo de campo

Marzo-Julio 2023

Fuentes Secundarias utilizadas

Registro Mercantil, GfK, Alimarket, Ecolec, Electroimagen, Ecosig.

3. Tamaño del mercado canal proximidad electro 2022

El sector en España 2022 cuenta con un volumen de facturación, excluyendo las grandes superficies, de 2.733.591.385 €.

La representación del sector electro fue del 0,20% respecto al PIB total de la economía española en 2022.

Las unidades totales vendidas en el mercado electro español considerando todos los canales son: Línea blanca 7.344.000 unidades, Línea Marrón 1.330.000 unidades, Clima 864.600 unidades y PAE 25.335.400 unidades.

2.733.591.385 €
de facturación. (0,20% del PIB 2022)
24% Total de facturación del mercado electro
(**11.302.812.000 €**)

19.676
Profesionales

8 GRUPOS
72 PLATAFORMAS

135
Acciones formativas (734 h)

5.118
Puntos de venta

43.657.632 €
de inversión en nuevos activos, I+D+I,
Transformación digital.

85
Almacenes

MERCADO CANAL POR LÍNEAS DE NEGOCIO EN 2022

La estimación de la facturación por bloques permite observar los cambios significativos en la composición de la estructura del mercado:

Línea blanca lidera alcanzando la cifra de 1.721.775.166 €, lo que supone un 62,99% respecto del volumen total de facturación del canal y un 39,5% del total de unidades vendidas en el sector.

Línea marrón obtuvo 386.650.679 €, representando un 14,14% de la facturación total y un 8,5% del total de unidades vendidas en el sector.

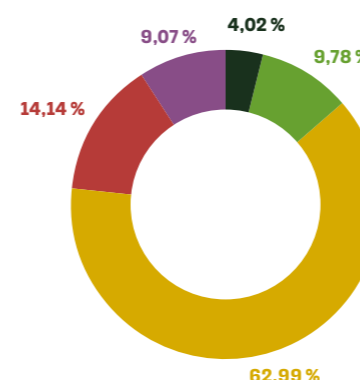
IT (informática, telecomunicaciones y fotografía) fue 267.357.852 €, esto es, el 9,78% y 10,4% de volumen de facturación total y las unidades vendidas en el sector respectivamente.

Pequeño aparato electrodoméstico facturó 247.989.753 €, siendo el 9,07% de la facturación total y el 38,1% de las unidades vendidas.

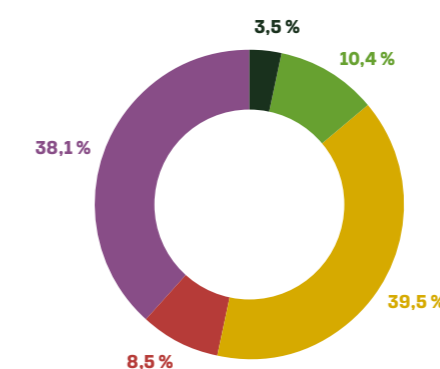
Por último, **clima (que incluye aire acondicionado, calefacción, ventilación)** factura 109.817.935 €, representa el menor volumen de facturación del sector, el 4,02% y el 3,5% de las unidades vendidas.

LÍNEA DE NEGOCIO	EUR (€)
Línea Blanca	1.721.775.166 €
Línea Marrón	386.650.679 €
PAE	247.989.753 €
Clima (Aire Ac, Calefacción, Ventilación)	109.817.935 €
IT	267.357.852 €
VOLUMEN TOTAL FACTURACIÓN:	2.733.591.385 €

Facturación por Línea de negocio en 2022



Unidades Vendidas por Línea de negocio en 2022



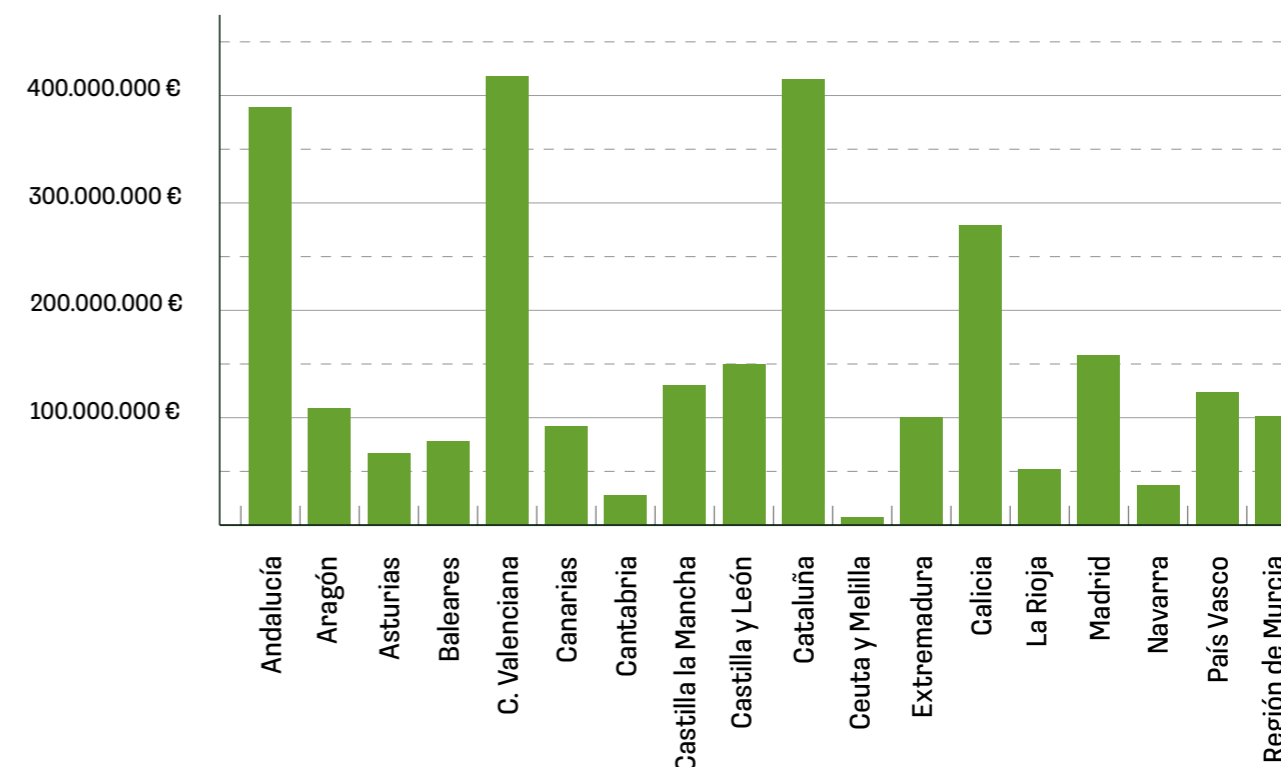
- Clima (Aire ac., calefacción, ventilación)
- IT
- Línea blanca
- Línea marrón
- PAE

MERCADO CANAL POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS 2022: TIENDAS DE PROXIMIDAD

La composición y estructura del mercado de electrodomésticos en España cambia según la zona geográfica, es decir, el sector experimenta diferencias significativas según la Comunidad Autónoma.

Las Comunidades Autónomas con mayor volumen de facturación por plataformas en el año 2022 son: Comunidad Valenciana (417.790.700,21€), Cataluña (415.113.074,93€), Andalucía (389.336.116,06€) y Galicia (279.097.482,51€).

CCAA	EUR (€)
Andalucía	389.336.116,06 €
Aragón	108.416.245,97 €
Asturias	66.721.825,57 €
Baleares	77.793.948,36 €
C. Valenciana	417.790.700,21 €
Canarias	92.069.475,60 €
Cantabria	27.491.402,24 €
Castilla la Mancha	130.364.659,85 €
Castilla y León	149.779.311,29 €
Cataluña	415.113.074,93 €
Ceuta y Melilla	7.200.527,50 €
Extremadura	100.706.785,36 €
Galicia	279.097.482,51 €
La Rioja	51.869.192,93 €
Madrid	157.597.559,22 €
Navarra	37.355.641,44 €
País Vasco	123.606.570,17 €
Región de Murcia	101.280.865,28 €
Total general	2.733.591.385 €



EVOLUCIÓN DEL MERCADO 2022 POR MESES

Las ventas en el sector muestran una tendencia creciente desde el mes de marzo hasta junio, así como desde septiembre hasta noviembre.

Habiendo detectado con los datos recibidos que los meses pico son junio y noviembre, siendo los meses valle febrero y agosto.

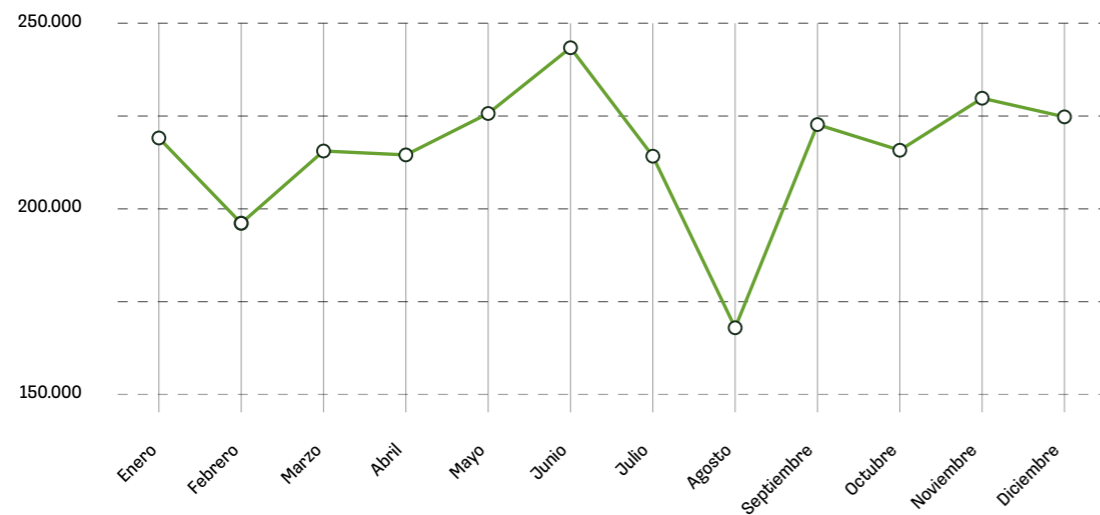
Las ventas del sector, tanto en unidades como en volumen de facturación, oscilan con el transcurso del año.

Los periodos de mayor demanda en la venta de electrodomésticos se deben a una serie de factores como el cambio de temporada que marca el inicio del verano o la transición hacia el frío del invierno, los cuales activan patrones estacionales de oferta y demanda.

Durante estos meses se observa un incremento en el uso o traslado a segundas residencias, así como en la renovación y reparaciones del hogar, y los cambios en los estilos de vida que generan nuevas necesidades.

Por otro lado, el mes de agosto presenta una disminución significativa en la que influyen diversos factores como una menor actividad empresarial debido a la reducción de horarios o cierre de negocios durante las vacaciones, la disminución en el flujo de población debido a las vacaciones y la competencia con el sector turístico, tendencia a priorizar el gasto hacia actividades de ocio, etc.

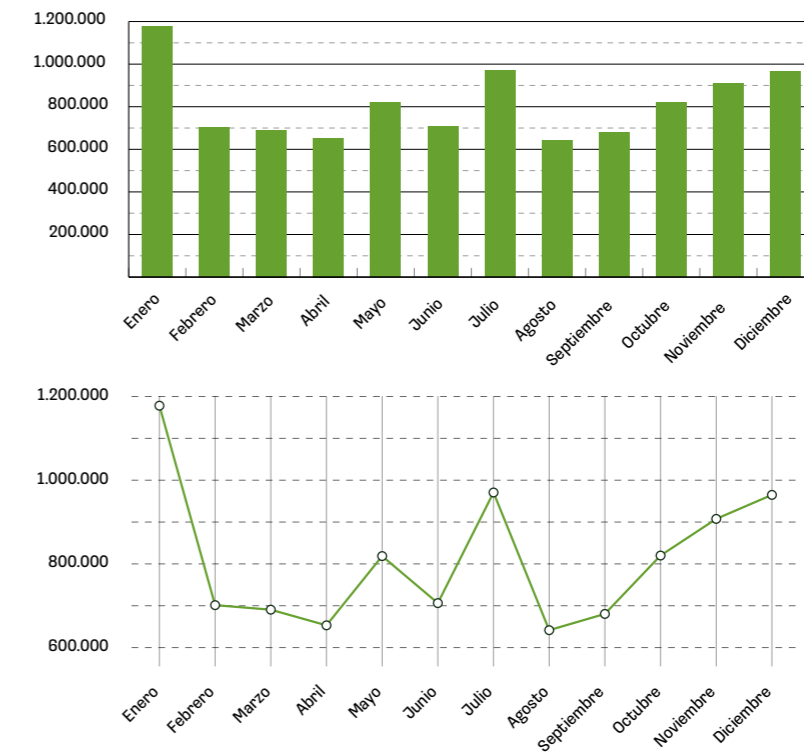
Otros factores incluyen la anticipación o retraso en las decisiones de compra, la menor cantidad de promociones y lanzamientos de nuevos productos durante este mes, entre otros.



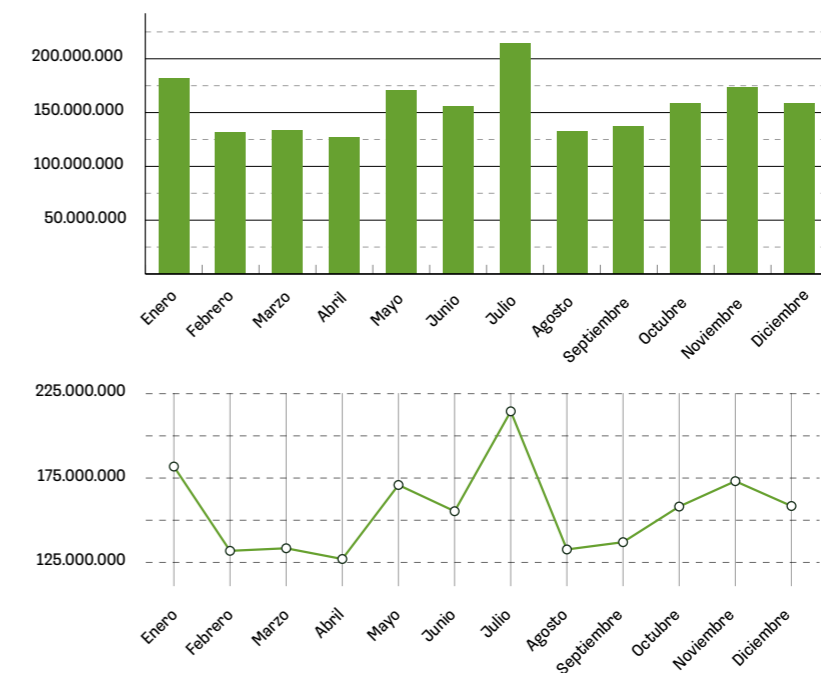
DATOS GfK

Nota informativa: a continuación, adjuntamos estadísticas de GfK sobre la evolución de las ventas de electrodomésticos, incluyendo las grandes superficies verticales.

TOTAL UNIDADES VENDIDAS 2022



TOTAL FACTURACIÓN 2022



CANAL OFFLINE vs. ONLINE EN EL MERCADO 2022

El peso del canal de ventas físico (offline) sigue sobresaliendo en el sector.

El peso del canal online ya supone el 8,77% de la facturación total, frente al canal tradicional en la venta de electrodomésticos, que mantiene su notable importancia, con el 91,23% del volumen de facturación total del sector.

A pesar del crecimiento del comercio online, las tiendas físicas siguen desempeñando un papel crucial en la experiencia de compra y ofrecen beneficios exclusivos.

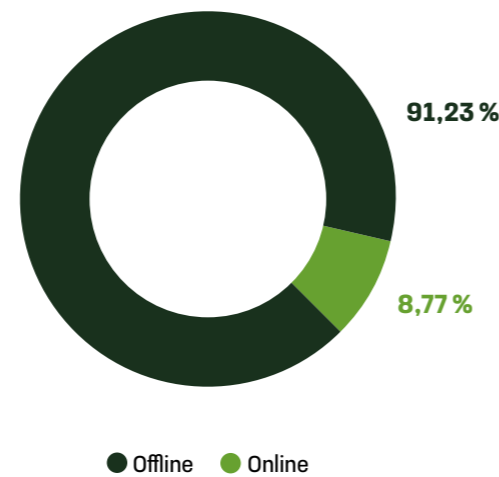
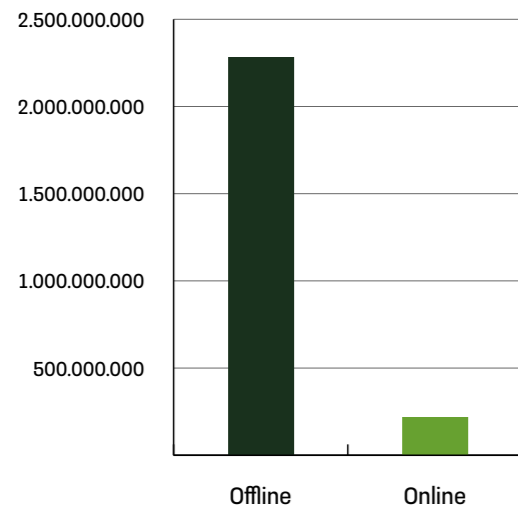
La atención y las relaciones personales de clientes con vendedores en las tiendas físicas proporciona asesoramiento profesional, respuesta inmediata a

dudas o consultas, e incluso un servicio postventa más personalizado (de mantenimiento, instrucciones, etc).

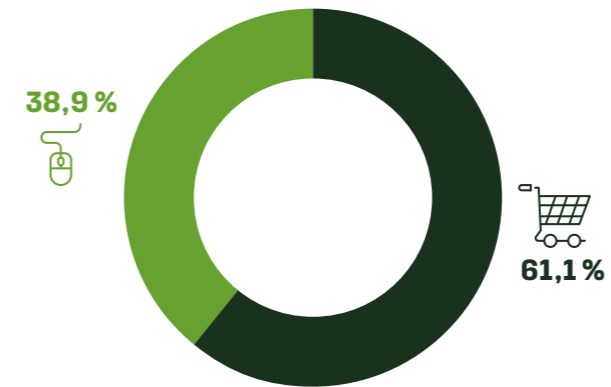
El canal offline permite una experiencia de compra tangible e interactuar directamente con los productos, es decir los clientes pueden, observar, tocar y probar los electrodomésticos antes de adquirir, generando confianza y seguridad.

Además, los puntos de venta permiten acceder y obtener los productos de manera inmediata, evitando costes de envío, esperas y problemas logísticos, entre otros.

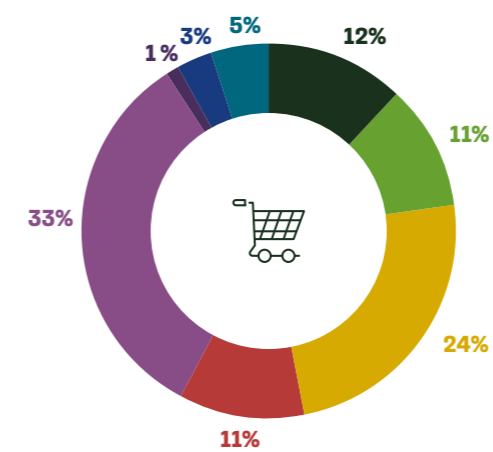
El canal físico en el sector de comercio de electrodomésticos sigue siendo una opción valiosa y preferida por la mayoría de los consumidores, siendo el online un canal de apoyo.



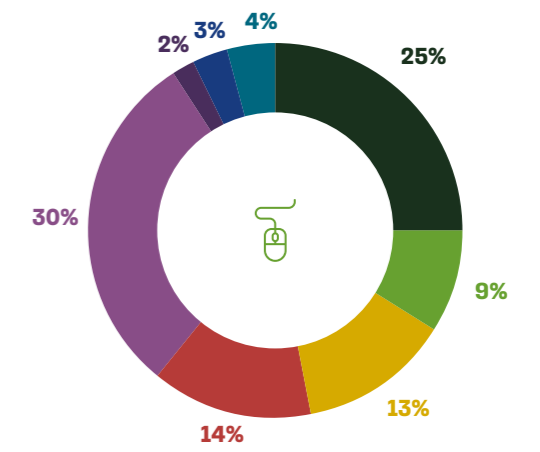
CANALES B2C EUROPA OCCIDENTAL ENERO-DICIEMBRE 2022



Ventas offline
Enero 22 - Diciembre 22



Ventas online
Enero 22 - Diciembre 22

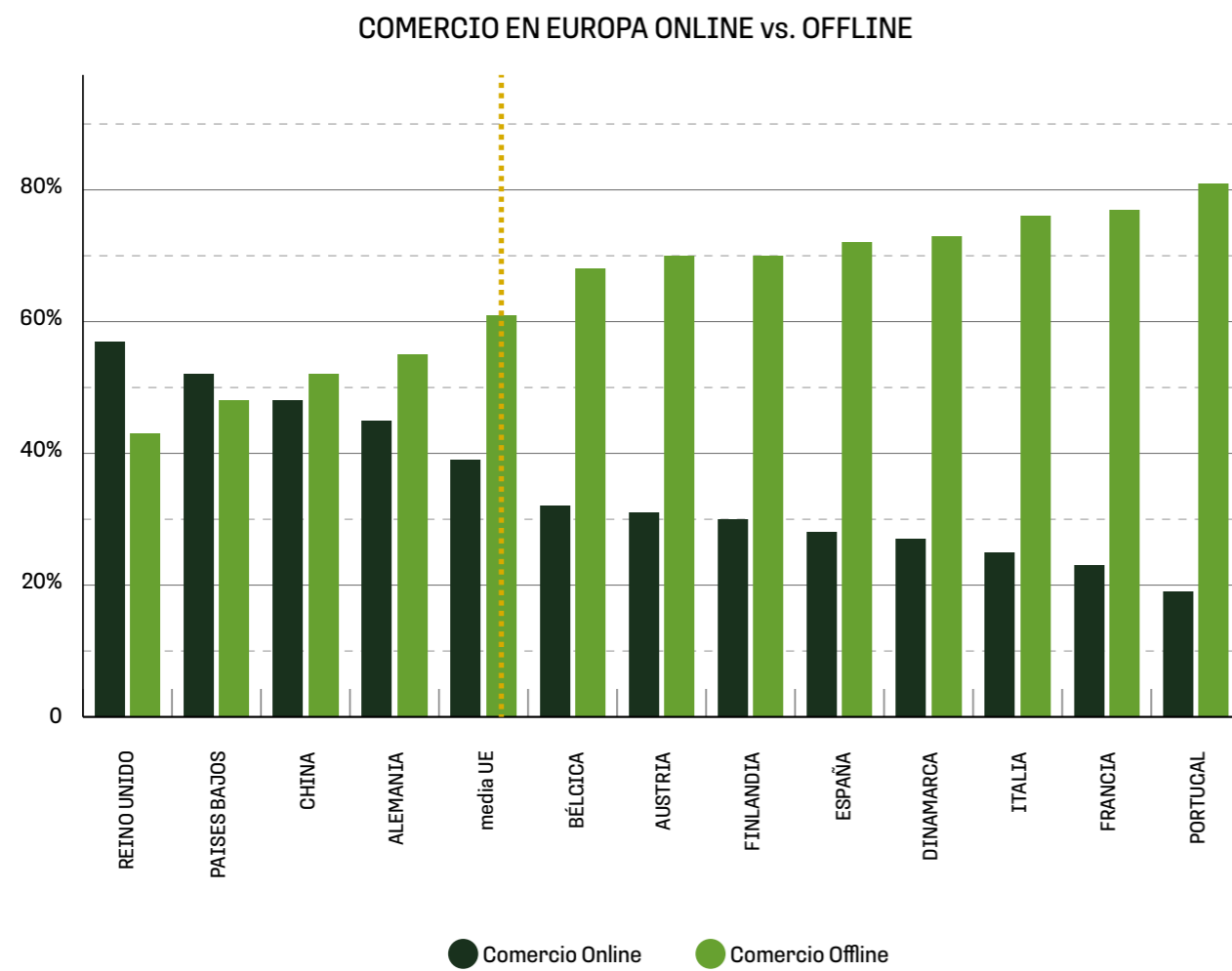


- Major Domestic Appliances
- Personal Diagnostics
- Small Domestic Appliances
- Telecom
- Consumer Electronics
- Photo
- Office Equipment
- Information Technology
- Multifunctional Technical Goods

Fuente: CifK

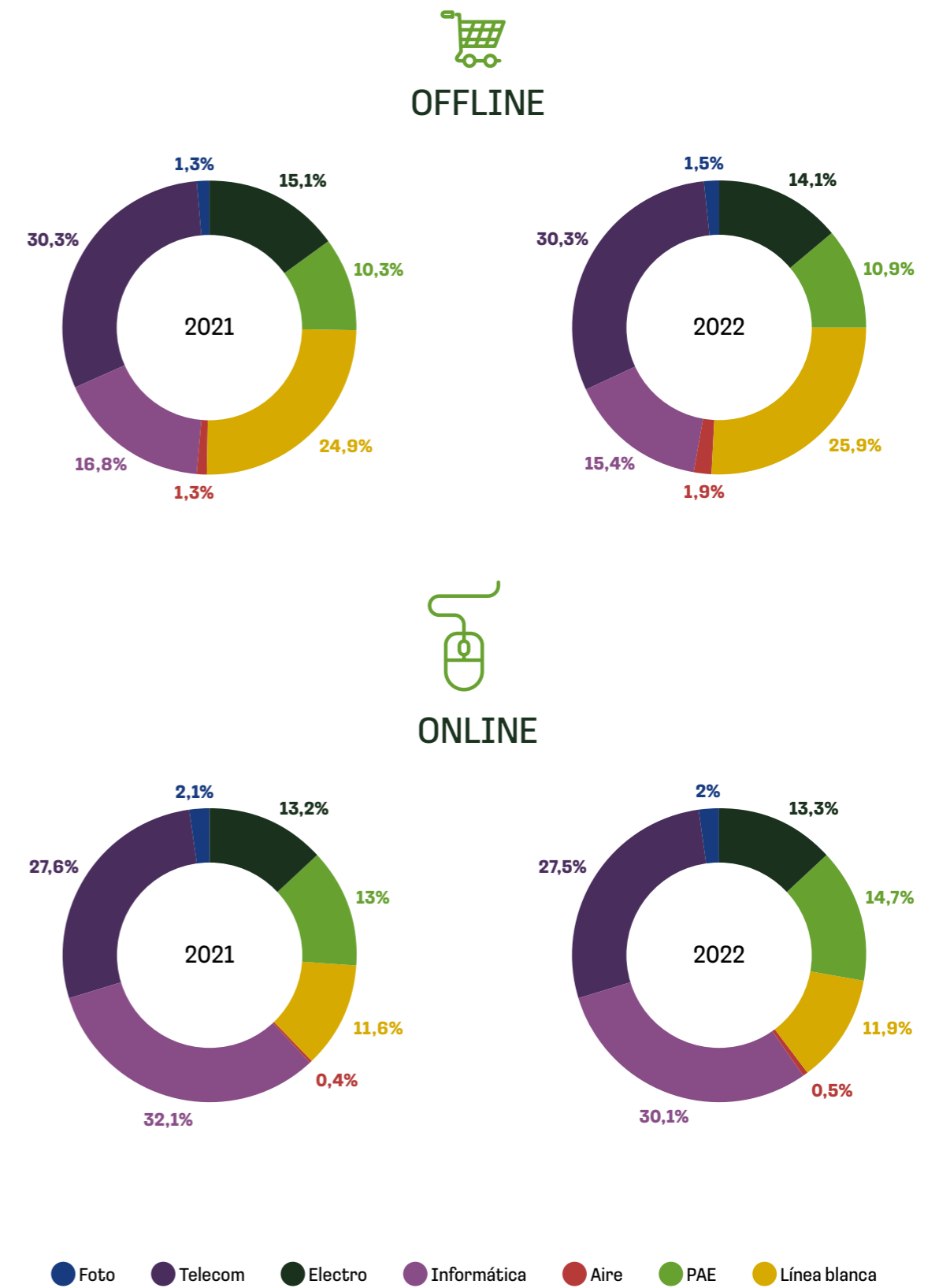
*Nota informativa: estadísticas de CifK sobre la evolución de ventas de electrodomésticos, incluyendo grandes superficies verticales.

PESO DEL COMERCIO GENERAL ONLINE Y OFFLINE EN PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA



Fuente: GfK

PESO DE CANAL ON vs OFF POR LÍNEAS DE NEGOCIO



4. Mapa geográfico y censo



ANDALUCÍA

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 2 plataformas, 2 almacenes, 120 PdV
- > ELDISSER S.A.: 2 plataformas, 1 almacén, 91 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 2 almacenes, 46 PdV
- > GRECOOK: 2 plataformas, 2 almacenes, 3 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 8 plataformas, 7 almacenes, 437 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 5 plataformas, 5 almacenes, 243 PdV

ARAGÓN

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 40 PdV
- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 93 PdV
- > ELDISSER S.A.: 1 plataforma, 10 PdV
- > GRECOOK: 2 plataformas, 1 almacén, 2 PdV
- > HEPECA S.A.: 1 plataforma, 2 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 26 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 2 plataformas, 66 PdV

ASTURIAS

- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 1 plataforma, 5 PdV
- > ELDISSER S.A.: 2 Plataformas: 10 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 8 PdV
- > HEPECA S.A.: 1 plataforma, 11 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 1 plataforma, 17 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 3 plataformas, 69 PdV

BALEARES

- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 2 plataformas, 1 almacén, 29 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 2 almacenes, 38 PdV
- > GRECOOK: 1 plataforma, 1 almacén, 1 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 3 plataformas, 15 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 2 plataformas, 48 PdV

CANARIAS

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 3 PdV
- > ELDISSER S.A.: 1 plataforma, 2 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 2 almacenes, 41 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 2 plataformas, 1 almacén, 23 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 2 plataformas, 1 almacén, 87 PdV

CANTABRIA

- > ACTIVA HOGAR S.: 1 plataforma, 2 PdV
- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 1 plataforma, 12 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 5 PdV
- > GRECOOK: 2 plataformas, 2 PdV
- > HEPECA S.A.: 1 plataforma: 2 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 1 plataforma, 9 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 1 plataforma, 17 PdV

CASTILLA LA MANCHA

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 2 PdV
- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 2 plataformas, 42 PdV
- > ELDISSER S.A.: 1 plataforma, 3 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 16 PdV
- > GRECOOK: 2 plataformas, 1 PdV
- > HEPECA S.A.: 1 plataforma, 45 PdV
- > GRUPO SECESA CADENA REDDER, S.A.: 2 plataformas, 1 almacén, 35 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 5 plataformas, 1 almacén, 87 PdV

CASTILLA Y LEÓN

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 14 PdV
- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 3 plataformas, 17 PdV
- > ELDISSER S.A.: 2 plataformas, 1 almacén, 15 PdV
- > FADESA: 2 plataformas, 11 PdV
- > GRECOOK: 5 plataformas, 2 almacenes, 6 PdV
- > HEPECA S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 44 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 1 plataforma, 38 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 6 plataformas, 2 almacenes, 126 PdV

CATALUÑA

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 93 PdV
- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 99 PdV
- > ELDISSER S.A.: 1 plataforma, 62 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 39 PdV
- > GRECOOK: 2 plataformas, 2 PdV
- > HEPECA S.A.: 1 plataforma, 20 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 5 plataformas, 6 almacenes, 321 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 2 plataformas, 2 almacenes, 115 PdV

CEUTA Y MELILLA

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 2 PdV
- > ELDISSER S.A.: 1 plataforma, 2 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 1 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 1 plataforma, 3 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 2 plataformas, 5 PdV

COMUNIDAD VALENCIANA

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 26 PdV
- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 129 PdV
- > ELDISSER S.A.: 2 plataformas, 3 almacenes, 143 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 1 almacén, 20 PdV
- > HEPECA S.A.: 1 plataforma, 10 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 3 plataformas, 4 almacenes, 107 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 3 plataformas, 3 almacenes, 221 PdV

EXTREMADURA

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 20 PdV
- > ELDISSER S.A.: 2 plataformas, 79 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 11 PdV
- > GRECOOK: 1 plataforma, 2 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 17 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 2 plataformas, 1 almacén, 61 PdV

LA RIOJA

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 12 PdV
- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 25 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 1 PdV
- > GRECOOK: 3 plataformas, 1 almacén, 3 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 1 plataforma, 17 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 3 plataformas, 19 PdV

MADRID

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 3 PdV
- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 177 PdV
- > ELDISSER S.A.: 1 plataforma, 10 PdV
- > GRECOOK: 3 plataformas, 2 almacenes, 5 PdV
- > HEPECA S.: 1 plataforma, 1 almacén: 46 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 37 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 2 plataformas, 1 almacén, 69 PdV

NAVARRA

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 9 PdV
- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 1 plataforma, 23 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 6 PdV
- > GRECOOK: 2 plataformas, 1 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 1 plataforma, 11 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 2 plataformas, 24 PdV

GALICIA

- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 21 PdV
- > ELDISSER S.A.: 1 plataforma, 1 almacén, 45 PdV
- > FADESA: 2 plataformas, 1 almacén, 37 PdV
- > GRECOOK: 1 plataformas, 1 almacén, 1 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 2 plataformas, 2 almacenes, 68 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 2 plataformas, 2 almacenes, 223 PdV

PAÍS VASCO

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 10 PdV
- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 2 plataformas, 2 almacenes, 136 PdV
- > ELDISSER S.A.: 1 plataforma, 2 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 1 almacén, 36 PdV
- > GRECOOK: 1 plataforma, 1 PdV
- > HEPECA S.A.: 1 plataforma, 15 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 1 plataforma, 37 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 2 plataformas, 1 almacén, 92 PdV

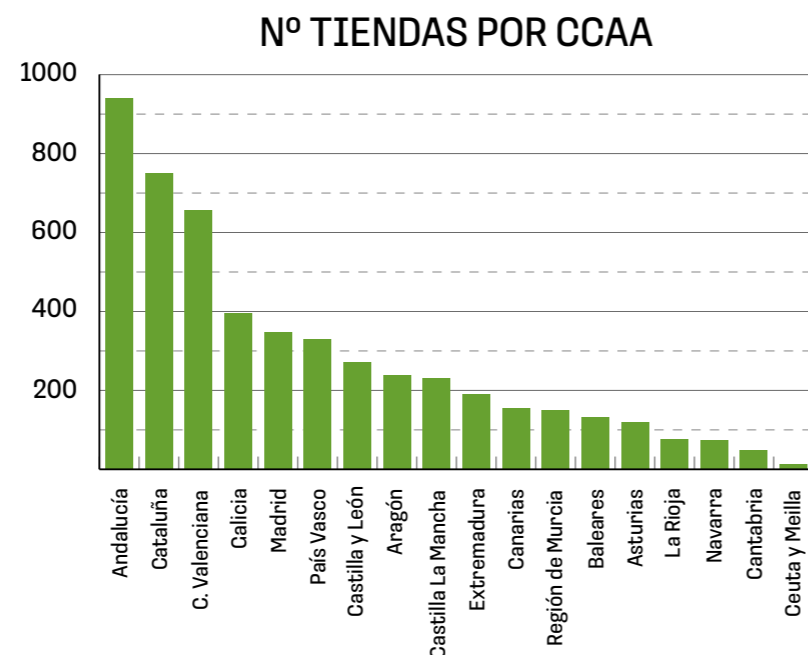
REGIÓN DE MURCIA

- > ACTIVA HOGAR S.A.: 1 plataforma, 3 PdV
- > CEMEVIISA 2000 S.A.: 1 plataforma, 6 PdV
- > ELDISSER S.A.: 2 plataformas, 56 PdV
- > FADESA: 1 plataforma, 15 PdV
- > HEPECA S.A.: 1 plataforma, 2 PdV
- > GRUPO SEGESA CADENA REDDER, S.A.: 1 plataforma, 23 PdV
- > SINERSIS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN S.A.: 3 plataformas, 1 almacén, 44 PdV

LOS ESTABLECIMIENTOS: 5.118 puntos de venta

El canal consta de 5.118 puntos de venta al cierre de 2022 en toda la geografía nacional para un total de 8.131 municipios.

El mayor número de comercios de electrodomésticos se concentran en Andalucía, Cataluña y Comunidad Valenciana, seguido de Galicia, Madrid y País Vasco.



LAS TIENDAS DE PROXIMIDAD

El comercio de proximidad con menos de 700 m², acapara el 70,15% de las tiendas existentes en España.

Los establecimientos de menos de 200 m² son los más abundantes en el canal, 46,62% del total. La superficie más frecuente de estos establecimientos es de entre 100 y 199 metros cuadrados.

La mayoría de los establecimientos se ubican a pie de calle, un pequeño porcentaje se sitúan en centros comerciales y una minoría en parques comerciales.

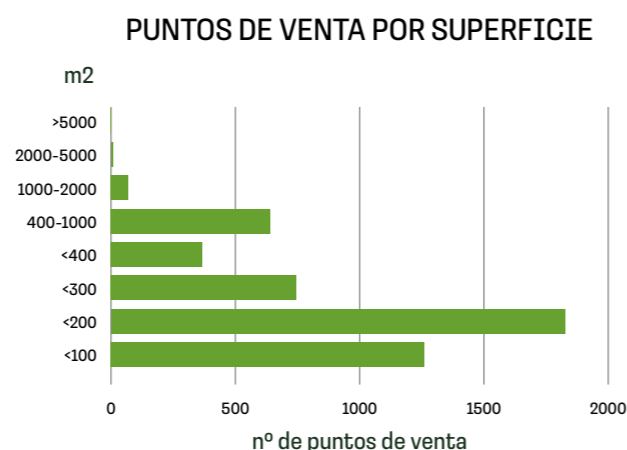
HAN CERRADO MÁS DE 200 ESTABLECIMIENTOS DEL SECTOR EN EL AÑO 2022

Desde la Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE), durante el transcurso del año 2022 hemos identificado el cierre de más de 200 comercios en el sector electro, sin tener en cuenta las tiendas no especializadas. En contraste, hemos observado la apertura de 78 nuevos establecimientos comerciales.

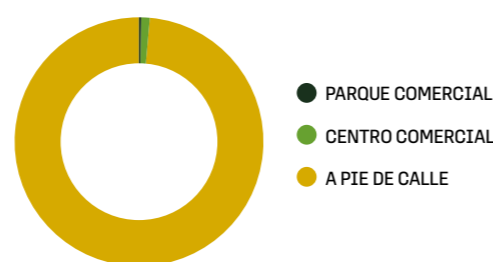
EL RELEVO GENERACIONAL

CADA VEZ MÁS JÓVENES EN LA GESTIÓN DEL COMERCIO ELECTRO.

Aunque hemos notado cierto progreso en el relevo generacional, los índices todavía presentan áreas de mejora, especialmente en las zonas rurales, donde el impacto es más pronunciado.



PUNTOS DE VENTA POR UBICACIÓN



5. Empleo directo en el canal

El sector cifra el número de trabajadores en 19.676 empleados.

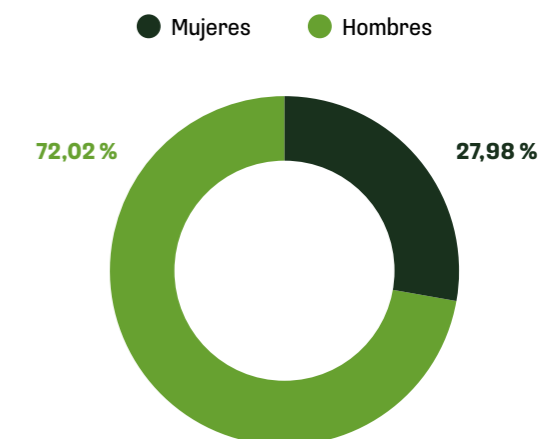
La capacidad de empleo y generación de oferta del sector durante el año 2022 se estima en 19.676 personas empleadas.

Durante dicho año, el sector experimentó un crecimiento positivo, con un mayor número de incorporaciones que de despidos.

Sin embargo, es importante destacar que estas incorporaciones fueron limitadas y la diferencia entre el número de trabajadores en 2021 y 2022 no resulta demasiado significativa.

En cuanto a la composición del sector, se observa que, de los 19.676 trabajadores, aproximadamente el 28% son mujeres frente al 72% restante correspondiente a hombres.

PERSONAL



DESCGLOSE TRABAJADORES EN LAS ÁREAS DE ACTIVIDAD / EMPLEO DIRECTO

La distribución de trabajadores del sector se divide en diferentes áreas de actividad. El mayor número de personas del sector pertenecen al área comercial, seguida del área de administración y, finalmente, encontramos el área de dirección, donde aunque la presencia de mujeres es limitada, se percibe un ligero incremento.

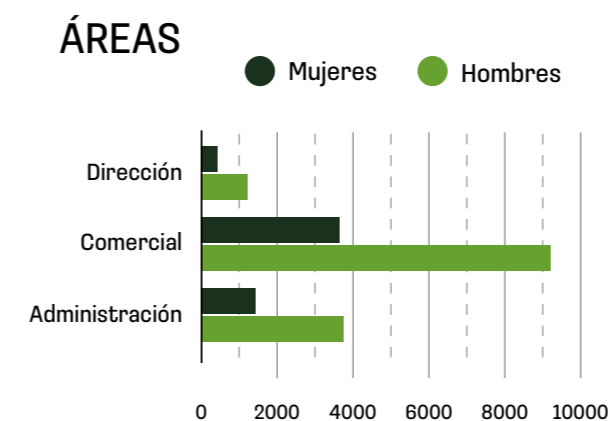
El área comercial contiene el mayor volumen de empleados, aproximadamente el 65,29% de los trabajadores totales del sector, de los cuales el 18,50% son mujeres, mientras que el 46,78% son hombres.

En segundo lugar, el área de administración es alrededor del 26,36% de los trabajadores del sector. Siendo el 7,32% mujeres y el 19,04% hombres.

Por último, los puestos directivos son el 8,36%, los cuales el 2,16% son mujeres y el 6,19% son hombres. Es importante destacar la representación de mujeres en puestos de responsabilidad, que representa solo el 2,16% del total, lo cual corresponde a solo una cuarta parte de los puestos directivos.

EMPLEO ESTIMADO INDIRECTO

Estimamos una cifra cercana a los 10.000 trabajadores en el área de logística y transportes del sector a nivel nacional.



Área	Nº de pax	Porcentaje
Dirección	1.644 pax	8,36%
	Mujeres: 425	2,16%
	Hombres: 1.219	6,19%
Comercial	12.846 pax	65,29%
	Mujeres: 3.641	18,50%
	Hombres: 9.205	46,78%
Administración y operaciones	5.186 pax	26,36%
	Mujeres: 1.440	7,32%
	Hombres: 3.746	19,04%

6. Formación específica

Durante el transcurso del año 2022, se han llevado a cabo un total de 135 acciones formativas diferentes, enfocadas a la especialización, conocimientos y desarrollo de habilidades de los profesionales del sector.

FECE además ha diseñado un nuevo Curso de Especialista en Gestión de Retail para cubrir esta necesidad formativa.



Nota: Adicionalmente todos los grupos y plataformas han recibido numerosos cursos de formación específica de producto.

7. Servicios de valor añadido

El comercio de proximidad es consciente que sobre el producto hay una capa de servicios.

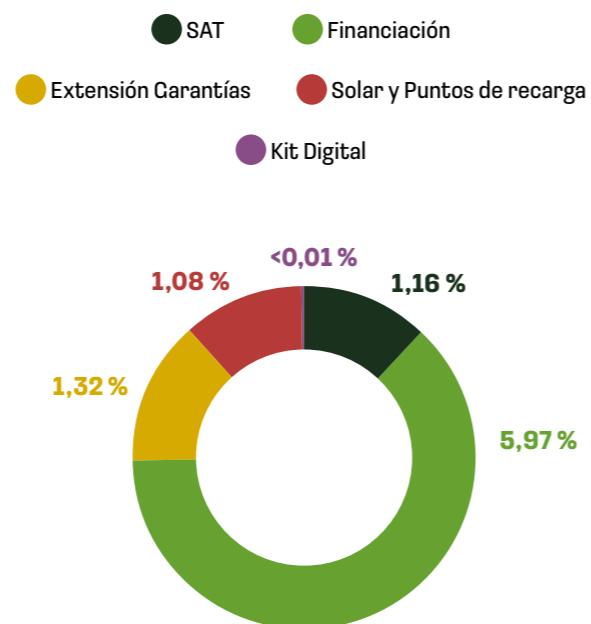
Nuestro principal reto es que cuando preguntemos por la calle qué es el comercio de proximidad, la gente no responda que es solo vender un electrodoméstico, porque es infinitamente más, es:

producto + servicio + cualificación + asesoramiento

En consecuencia, los comercios de electrodomésticos y FECE a la cabeza, buscan ofrecer al cliente una experiencia de especialización y para ello buscamos y ofrecemos servicios de valor añadido como la financiación, la extensión de garantías, la seguridad y ciberseguridad, soluciones fotovoltaicas y puntos de recarga eléctricos, propuestas de innovación tecnológica, recogida de residuos, etc.

El objetivo del comercio de proximidad es que sea, además de punto de venta de producto, un verdadero prestador de servicios.

PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE VENTAS

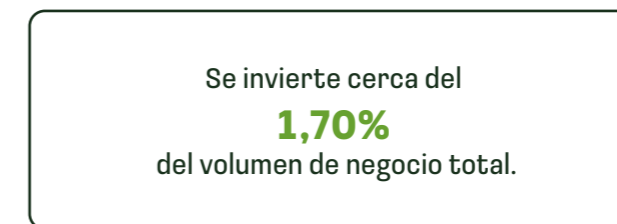


8. Inversión: innovación y transformación digital

El canal invierte más de 43,6M € en nuevos activos y actividades I+D+I.

Dicha inversión ha ido destinada principalmente a la adquisición de nuevos activos como almacenes, puntos de venta e instalaciones técnicas, y al desarrollo e incorporación de nuevas tecnologías, equipos informáticos, Hardware, Software, desarrollo web y robotización de procesos.

La inversión anual en el sector en integración de nuevas herramientas, nuevos activos, I+D+I e incorporación de nuevas tecnologías es de 43.657.632€ durante el año 2022.



9. Sostenibilidad

Nivel de Reciclaje 2022

Durante el ejercicio 2022 los distintos actores que gestionan los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) en el mercado doméstico, gestionaron aproximadamente 315.000 Tm (los SCRAP de OfiRAEE recogieron casi 290.000 toneladas), lo que arroja un dato algo más bajo que en 2021 -y a lo esperado tras dos años de gran excepcionalidad-. Esto ha sido consecuencia de la grave crisis energética y económica sufrida, a lo que debe sumarse el inicio de la guerra de Ucrania, y dibujando una curva descendente en el número de unidades vendidas durante todo el ejercicio 2022, aunque corrigiéndose esta tendencia a finales de año, lo que ha ofrecido unos resultados finales más ajustados.

Al contrario de lo que se podría esperar por la menor afectación del descenso, los socios de FECE han gestionado directamente entre un 22% y un 24% -sobre las ventas estimadas de Línea Blanca- de esos residuos a través de los SCRAPs, y añadiendo otro 15% adicional a través de otros gestores de residuos autorizados, lo que arroja un porcentaje final de las ventas que se gestionan correctamente que ronda el 40%.

El comercio de proximidad electro se posiciona así como un actor relevante e imprescindible en la adecuada recogida, trazabilidad y gestión de los residuos de grandes y pequeños aparatos, como consecuencia de su cercanía con el consumidor final, y por tanto en el impacto y cuidado del medioambiente y la colaboración con los sistemas de responsabilidad ampliada del productor (SCRAP). Según la Oficina de coordinación de OfiRAEE, el porcentaje total de RAEE recogidos en todo tipo de comercio electro ronda el 50-55% gestionado sobre las ventas, como media de todos los SCRAP (siendo el 65% la obligación mínima legal).*

Por tanto, los acuerdos que FECE mantiene con Ecolec, Recyclia, Ambilamp y otros que puedan suscribirse, son

claves en la concienciación y visibilidad de la sociedad y en los resultados finales de cumplimiento con la normativa europea y nacional.

Según la información de la que disponemos, directa e indirectamente, los asociados de FECE han recogido una cantidad estimada de casi 100.000 Tm de residuos RAEE.

España está progresando hacia una economía más sostenible y circular, pero todavía está lejos de cumplir los objetivos mínimos de la Unión Europea. Es importante destacar que España está por encima de la media de la UE con un 48,5%.

En los años 2021 y 2022, se estima que España recogió más del 50% de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) y de pilas y acumuladores (RPA), con 624.420 toneladas y 776.399 toneladas respectivamente. Sin embargo, los objetivos futuros se han ampliado y se espera mejorar el promedio de recogida de kilogramos por habitante, lo que requerirá un mayor esfuerzo.

Existen varias organizaciones y sistemas de gestión de residuos en España que están desempeñando un papel importante en el reciclaje. Por ejemplo, Ecolec, Ecotic, ERP España y Recyclia han logrado recoger grandes cantidades de RAEE en diferentes puntos de recogida en todo el país.

En particular, el sector de electrodomésticos está colaborando estrechamente con la Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE) para aumentar la recogida de RAEE en las tiendas de electrodomésticos, buscando una recogida cerca del 65%.

Sobre la gestión de RAEE a nivel total, todos los SCRAP que operan en OfiRAEE (no representamos el 100% del mercado), se mueve en torno a las 315.000,00 Tm anuales.



*Nota informativa: hay un 20% de los RAEE (sobre venta) que se recogen a través de los puntos limpios, y la distribución vertical recoge más o menos un 50% de sus ventas, lo que hace que el total recogido esté en ese entorno del 50-55%.

10. Conclusiones



Durante el ejercicio 2022, el sector comercio de electrodomésticos ha sufrido los efectos de la crisis energética y económica, amplificada por la guerra de Ucrania, lo que ha llevado a un crecimiento plano. Esta situación de menor productividad del consumo ha provocado un ligero descenso en el número de unidades vendidas con respecto a 2021 del 4,64%, pasando de las 10.206.427 registradas en 2021 a 9.733.193, lo que supone un descenso de 473.234 unidades en el mercado doméstico.

El PVP de los bienes tecnológicos subió de media un 4,8% como consecuencia de los incrementos de costes en transporte por encima del 500%, de los incrementos de los materiales por encima del 40%, de los costes de arrendamientos de locales comerciales al 9%, y de los costes de carburantes y la energía por encima del 20%.

Este conjunto de datos, sin embargo, sigue estando por debajo de las cifras registradas durante la pandemia del Covid-19, que arrojó unos datos positivos de venta de electrodomésticos, como consecuencia de la ampliación de los periodos de tiempo de estancia en los domicilios y el pequeño ahorro embolsado por las familias durante los mismos.

En consecuencia, estos datos han tenido un enorme impacto en el sector electro, viéndose obligado a retomar medidas encaminadas a aportar valor al producto en sí mismo, como son los servicios de valor añadido, el asesoramiento y la especialización de los comercios. Hoy día, nuestro principal reto es que cuando preguntemos por la calle qué es el comercio de proximidad, la gente no responda que es solo vender un electrodoméstico; porque es mucho más, es Producto, es Servicio, es Cualificación y es Asesoramiento.



Según los últimos datos disponibles, en España hay 8 grandes grupos nacionales con un reparto de 72 plataformas regionales y el número de comercios de proximidad de electrodomésticos se ha reducido en 200 tiendas en 2022, habiéndose terminado el ejercicio 2022 con un número de 5.118 establecimientos, y habiéndose producido solamente 78 aperturas. Con 85 almacenes está cubierta, abastecida y en régimen de libre competencia el 100% de la geografía nacional.

El comercio de proximidad electro generó un volumen de facturación de 2.733.591.384€ lo que supone un 0,20% sobre el PIB de España 2022, observando una tendencia al alza en referencia a ejercicios anteriores.

Por líneas de negocio el comercio de proximidad se erige en el líder indiscutible en la venta de la línea blanca con un 62,99% y en el garante de la variedad de productos y servicios en línea marrón, PAE, clima e IT.

Por Comunidades Autónomas, las de Andalucía, Cataluña, Valencia, Galicia y Madrid son las que van a la cabeza tanto en facturación como en número de tiendas.



De los datos se desprende que los meses pico para el sector son aquellos periodos que coinciden con junio y noviembre, siendo los meses valle los de agosto y febrero.



Al cierre del ejercicio, el mercado on-line representa el 8,77%, frente al canal tradicional que es el 91,23% del volumen de facturación total del sector.



El comercio de proximidad electro emplea a casi 20.000 profesionales de modo directo; lo que para un total de 5.118 comercios arroja una media de 3,9 personas por establecimiento. Del total de empleados un 28% son mujeres y 72% hombres, con un reparto a labores de dirección de 8,95%, de comercial 59,7% y de operaciones 31,36%. Ocupando de modo indirecto en logística a casi 10.000 profesionales más.

Con relación a las acciones formativas, el sector ha diseñado un total de 135 cursos diferentes durante 2022, con una media de 5-6 horas por curso y con una asistencia total de 743 profesionales formados.

Es imprescindible promover la adaptación de los actuales itinerarios formativos a las necesidades de las empresas para que las personas adquieran el conocimiento y competencias que el sector requiere a lo largo de toda su vida laboral. Es por esto que FECE también ha diseñado el primer Curso de Especialista en Gestión de Retail.

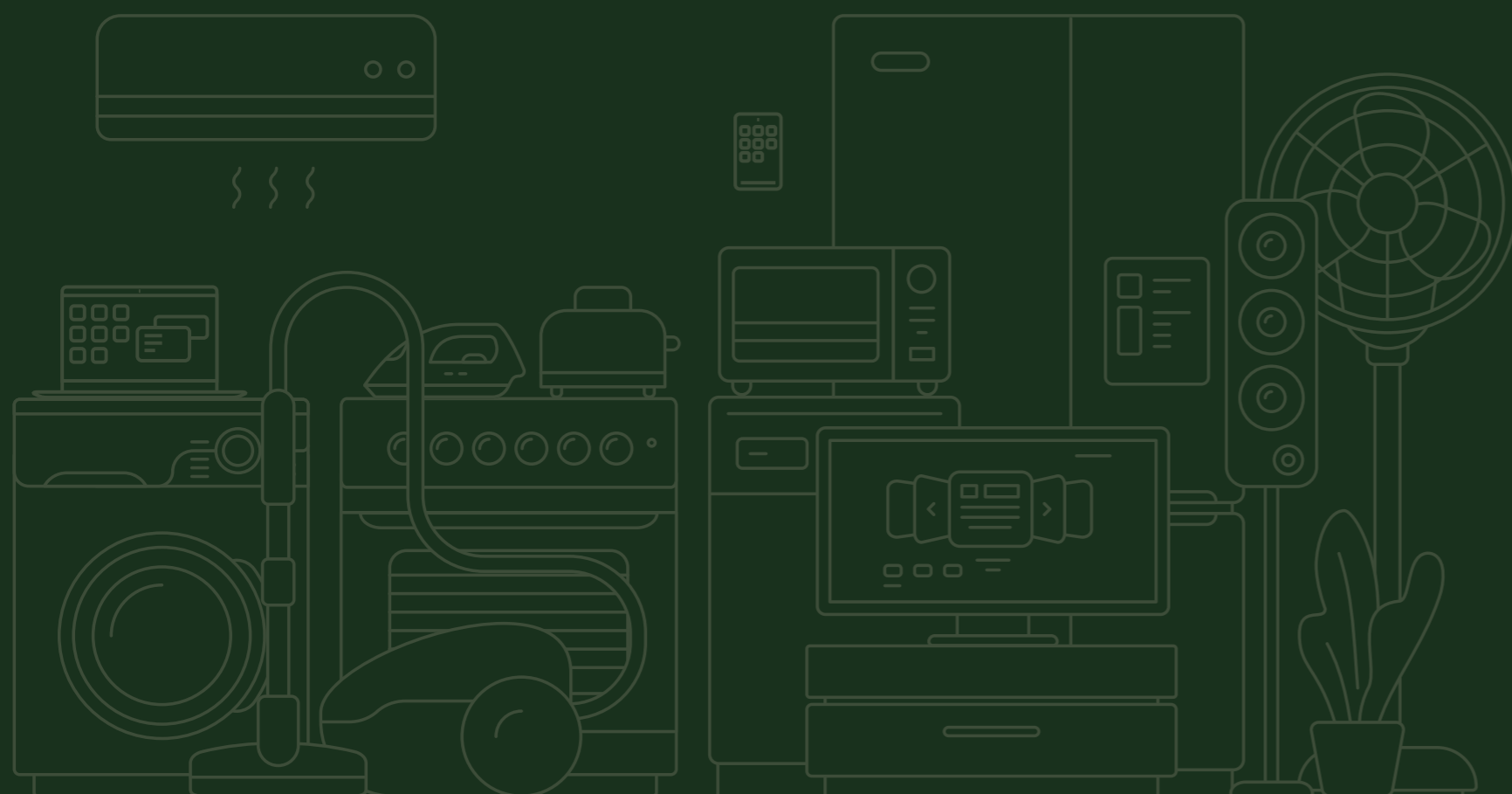


Sobre los servicios, los más demandados en el sector electro son financiación, extensión de garantías y SAT, con una media de contratación del 5,97%, 1,32% y 1,16% sobre la facturación total.



Por último, la sostenibilidad y el reciclaje son la pieza clave de la economía circular. Las tiendas desempeñan un papel crucial en la recogida de los RAEE al proporcionar la mejor opción para los consumidores, promover la educación y sensibilización sobre la importancia del reciclaje de dispositivos eléctricos y electrónicos, garantizar la gestión adecuada de los mismos y contribuir a la economía circular. Su participación activa en este proceso es fundamental para minimizar los impactos ambientales negativos asociados con los RAEE y fomentar una gestión sostenible de los residuos electrónicos.

Los asociados de FECE han recogido directamente o indirectamente casi 100.000 Tm y nos esforzamos en apoyar al comercio de proximidad y proporcionarle toda la información sobre la normativa que le afecta de forma ágil y accesible, para que le sea lo más útil posible en su labor cotidiana, llegando a acuerdos beneficiosos para ellos con las entidades gestoras de estos residuos.



FECE sigue trabajando en pro del canal electro ante todas las instituciones, siendo además la entidad de referencia en lo relativo al mismo.

Con un foco claro en el apoyo al comercio de proximidad, defendemos sus intereses y le aportamos la información necesaria para facilitar el ejercicio diario de su labor dentro de nuestro marco legal.

Esperamos que la radiografía del sector contenida en este informe sea un instrumento útil tanto para el sector como para la sociedad en general, aportando los principales datos para tener una imagen fiel y rigurosa del mismo.

Desde FECE agradecemos a todos los que han participado en la elaboración del informe su inestimable aportación, la cual ha hecho posible este análisis.



FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COMERCIANTES
DE ELECTRODOMÉSTICOS

fece.org