

# El objetivo es aportar valor a la cadena de distribución



**La tendencia negativa del Sector Híper ElectroHogar se ha mantenido y su facturación ha caído un 14%. Ya el año anterior había entrado en recesión. En lo que a distribución se refiere, los grupos de compra también han tenido una evolución negativa, más acusada. En 2023, han repetido la tendencia, con un descenso de sus ventas de un 6,28%.**

Este 2023 ha sido un año en el que el Híper Sector ElectroHogar ha mantenido la tendencia negativa en cuanto a facturación. El mercado español Electro Hogar ha alcanzado un total de 10.150 millones de euros, un 1,4 % menos que los 10.294 de 2022. Ponemos la mirada en lo que ha sucedido con los grupos de compra: con la Cadena Elecco, con HGM, con Eldisser, con Segesa y con Sinersis. Sus ventas han sumado los 1.690,64 millones de euros. Es decir, un 16,65 % de los citados 10.150 millones de euros del Híper Sector ElectroHogar en general. Los grupos de compra han sufrido una caída mayor que éste, de un 6,28%, ya que venían de 1.800,34 millones de euros en 2022. Así, su descenso es 4,4 veces superior al del sector y habrían perdido cuota de mercado

(el año anterior poseían más de un 20 %). Pero no nos podemos quedar solo con estas cifras. Hay que profundizar y desgranar por actores: dos de ellos han disfrutado de crecimiento, que son la Cadena Elecco (con una subida de sus ventas del 2,99 %) y Eldisser (con un leve aumento del 0,6 %). En número rojos; HGM (con un retroceso del 4,48 %) y Sinersis, en el que operan las enseñas Tien 21, Milar y Euronics (con una bajada del 5,88 %). Han padecido, pero se podría decir que no con excesiva gravedad. Segesa es el que más les ha lastrado, el que peor comportamiento ha vivido. Concretamente un 13,51 % menos. Hace un año, escribíamos que la distribución vivía un cambio de ciclo y que había que esperar a que finalizase 2023 para ver si continuaba dando pasos atrás, debido

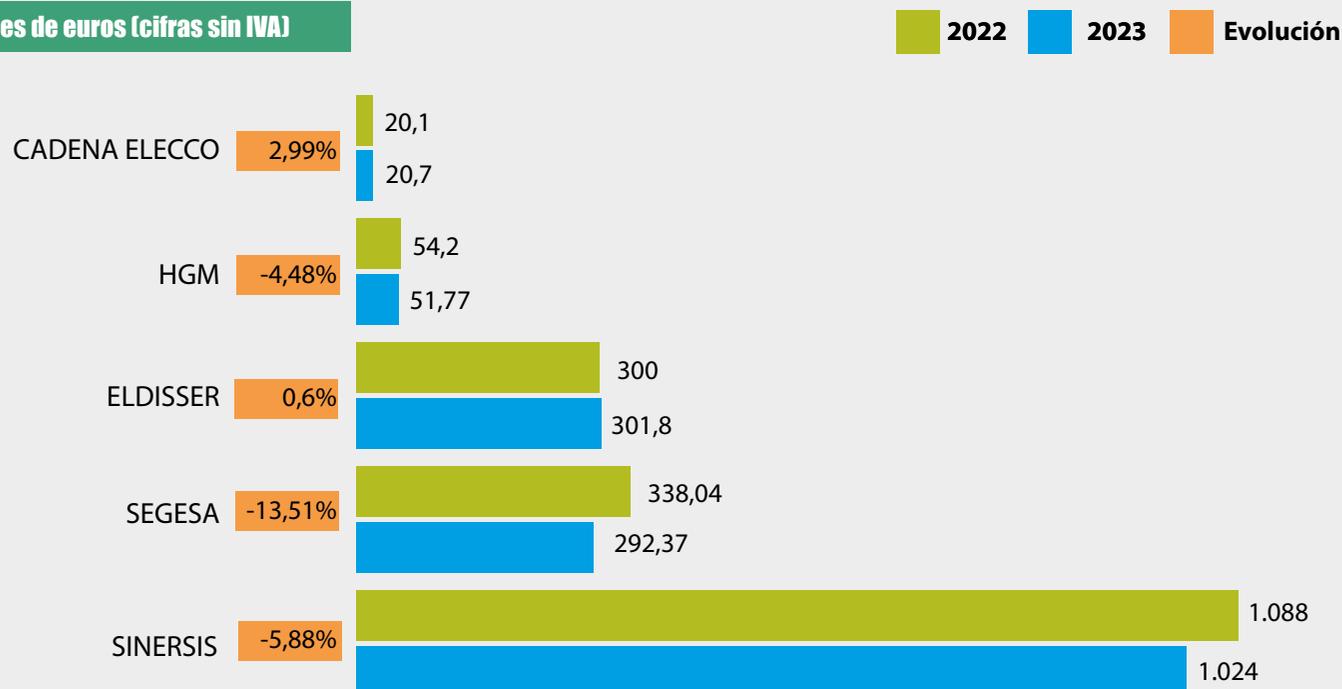
a la incertidumbre económica provocada por, entre otras causas, la inflación y las consecuencias de la Guerra de Ucrania. Ese cambio de ciclo se ha ratificado.

## Disolución de Conzentria

Hemos vivido una importante noticia que ha hecho que nuestro análisis de lo que está pasando con los grupos de compra se vea alterado y que haya que esperar un año para poder enfocarlo mejor. Conzentria se ha disuelto y no contamos con sus cifras correspondientes a 2023. La empresa publicó la propuesta de disolución el pasado 25 de noviembre de 2023 y, mes y medio después, el 4 de enero de 2024, se disolvió. Y Eldisser ha absorbido sus enseñas. ¿Cómo ha quedado el tablero repartido? En estos momentos, como cómputo de 2023,

## Ventas de los grupos de compra · 2022-2023

Millones de euros (cifras sin IVA)



Fuentes: Registro mercantil, empresas y Electromarket.

Cadena Elecco posee 70 puntos de venta, los mismos que en 2022. HGM, 166 con Master Cadena y 11 con Master Kitchen. Tampoco los ha alterado. Eldisser ha pasado de 339 puntos de venta de Mi Electro a 356. Activa ha bajado de 207 a 145 y Expert de 349 a 309. Pascual Martí tiene ocho. Por su parte, Segesa, con Cadena Redder, se ha quedado con 1.233 (desde 1.251). El saldo de Sinersis es de nueve puntos de venta menos. Tien 21 ha pasado de 761 a 755. Milar, de 403 a 390. Y Euronics, de 372 a 382. Con todo, los grupos de compra mencionados suman 3.825 puntos de venta, 104 menos, un 2,68 % menos, que en 2022, cuando llegaban a los 3.929. Podemos destacar que el transcurso de 2023 ha sido testigo de un extraordinario desarrollo para Eldisser. Con un compromiso constante con la excelencia y la innovación, ha experimentado un crecimiento sostenido, cumpliendo las expectativas y estableciendo nuevos récords en términos de volumen de ventas y cuota de mercado, superando ya la cifra de los 300 millones de euros (+ IVA) de facturación.

Su crecimiento es debido en gran parte a que están en pleno funcionamiento sus cinco plataformas logísticas, estratégicamente ubicadas, las cuales permiten cumplir con

el compromiso de entrega en 24 horas en cualquier punto de la geografía nacional y Portugal. La adquisición de la plataforma de Mesur, hace año y medio, le permitía acceder al mercado andaluz; mientras que, en este 2023, ha fortalecido su posición a través de la construcción y puesta en marcha de su nueva plataforma logística en Villalonquéjar (Burgos), que da servicio a clientes de Castilla y León, Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja. A estas dos, hay que añadir, por un lado, Grucoga, que cubre la parte norte del país y Portugal, y, por otro, la plataforma de Santa Oliva, como consecuencia de la adjudicación de Activa Shops, que cubre Cataluña y Aragón. Por último, su central en Paterna, con lo que Eldisser logra una superficie total de almacén de 65.000 metros cuadrados.

En cuanto a las cuatro enseñas que gestiona (Mi Electro, Activa, Expert y Pascual Martí), la compañía ha logrado superar los 825 puntos de venta. Asimismo, ha cumplido sus objetivos de la fase de digitalización de los mismos, con la implantación del Kit Evolucionaria, que proporciona a los puntos de venta pantallas táctiles interiores y exteriores de gran tamaño (2x2 metros), comunicación online, catálogo digital y software de gestión específico.

### Número de puntos de venta de los grupos de compra

	2022	2023
<b>CADENA ELECCO</b>	70	70
<b>HGM</b>		
Master Cadena	166	166
Master Kitchen	11	11
<b>ELDISSER</b>		
Mi Electro	339	356
Activa	207	145
Expert	349	309
Pascual Martí	-	8
<b>SEGESA</b>		
Cadena Redder	1.251	1.233
<b>SINERSIS</b>		
Tien 21	761	755
Milar	403	390
Euronics	372	382

2023 ha sido "un año convulso y repleto de acontecimientos"

La valoración de **Diego Giménez Soldevilla**, presidente de la Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE), en su Memoria Anual 2023, es que este último año ha sido "un año convulso y repleto de acontecimientos". Cita que, en 2022, "nos abrumaba la guerra en Ucrania y sus consecuencias" y que, en 2023, lejos de solventarse, "nos encontramos asistiendo a un conflicto más; la guerra en Gaza". Un conflicto cuyas consecuencias humanitarias estamos viendo y que, a su juicio, tiene también consecuencias económicas. En clave interna, recuerda que en España ha habido elecciones generales y un "nuevo Gobierno, aunque sin muchos cambios".

Se ha trabajado en el Plan Renove 2024 de electrodomésticos, para favorecer la adquisición de aparatos más eficientes para los hogares, así como la reducción del consumo energético de las familias.

En el lado positivo, las previsiones. Una de las conclusiones del reciente 14º Congreso AECOC de Bienes Tecnológicos de Consumo (BTC), celebrado el 19 de junio, es que el mercado está disfrutando de buenos datos en lo que llevamos de año. Allí se remarcó que 2024 podría romper las previsiones al alza y que los consumidores quieren ser sostenibles. Eso sí, cuatro de cada diez advierten de que no es fácil.

**Carlos Moreno-Figueroa**, director general de Sinersis y vicepresidente de FECE, observó que en gama blanca no hay grandes variaciones porque es de reposición, que el PAE es un "valor seguro". Admitió que hay parte de fabricantes y distribución que está nerviosa y que hay un cambio en el consumidor. "Le estamos acostumbrando a comprar permanentemente en ofertas. Están subiendo las semanas en las que hay promociones. Eso devalúa el valor. Esta-

mos volviendo a erosionar el precio, y eso es negativo para la industria", alertó. Sus expectativas son positivas, pero "el peor enemigo que tenemos es el ocio". El consumidor vive al día y quiere hacer turismo e ir a restaurantes, y valora menos un producto que vaya a tener en casa diez años. Por eso, hay que "aportar valor en todo lo que es la cadena de distribución". Del mismo modo, creyó que se está invirtiendo poco en marcas, cuando "son imprescindibles". De acuerdo con sus palabras, reforzar las marcas es lo que asegura un futuro mejor. ■

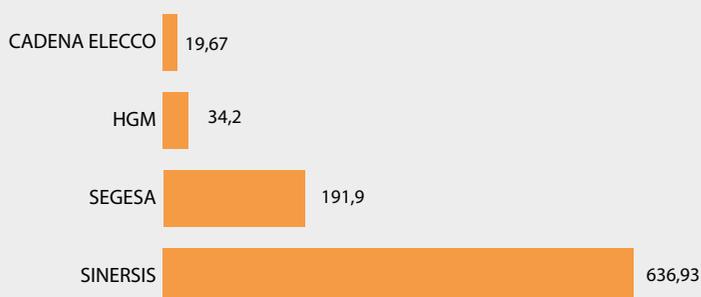
### Número de socios de los grupos de compra

	2022	2023
CADENA ELECCO	5	5
SEGESA	13	13
SINERSIS	19	19

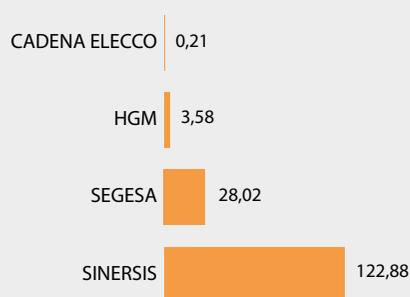
Las ventas de los grupos de compra han sumado 1.690,64 millones de euros, un 16,65 % de los 10.150 millones del Híper Sector ElectroHogar

### Facturación por subsectores de los grupos de compra · 2023 Millones de euros

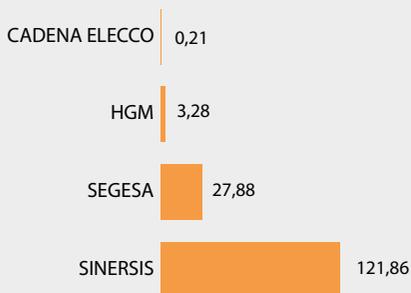
#### LÍNEA BLANCA



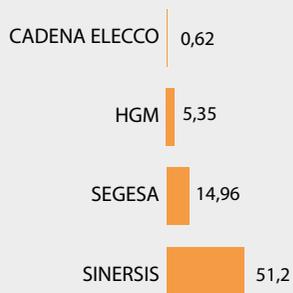
#### LÍNEA MARÓN



#### PAE



#### AIRE ACONDICIONADO



#### TECNOLOGÍA

