

Anceco actualiza su Censo de Centrales de Compra y Servicios



La nueva edición del Censo de Centrales de Compra y Servicios 2014, elaborado por Anceco, ofrece una completa radiografía del sector de las CCS en España, con el objetivo de ofrecer información útil y relevante que reivindique su papel en la economía.

urante el año 2013 Anceco, en colaboración con el gabinete de investigación sociológica y de mercado Ceres, llevó a cabo la actualización del censo nacional de las centrales de compra y servicios. El trabajo consistió, en primer lugar, en la depuración de los datos existentes y en la ampliación de los registros. Para ello se administró a todas las centrales de compra identificadas un breve cuestionario con el objetivo de actualizar los datos más relevantes, con el fin de mejorar el conocimiento de las CCS a nivel global, territorial y sectorial, y convertirse en un valioso elemento informativo para diferentes fines, tanto empresariales como académicos. Por encima de todo, las con-

clusiones de este censo permiten a Anceco comunicar y afirmar conceptos a partir de los datos, y reivindicar las magnitudes y el papel de las CCS en la economía.

Se observa que la distribución sectorial de las CCS es muy diversa, pues las 338 centrales se agrupan en 47 sectores. Esta amplia gama incluye a todos los ámbitos de la distribución, tanto mayoristas como minoristas, y algunos de la rama de fabricación.

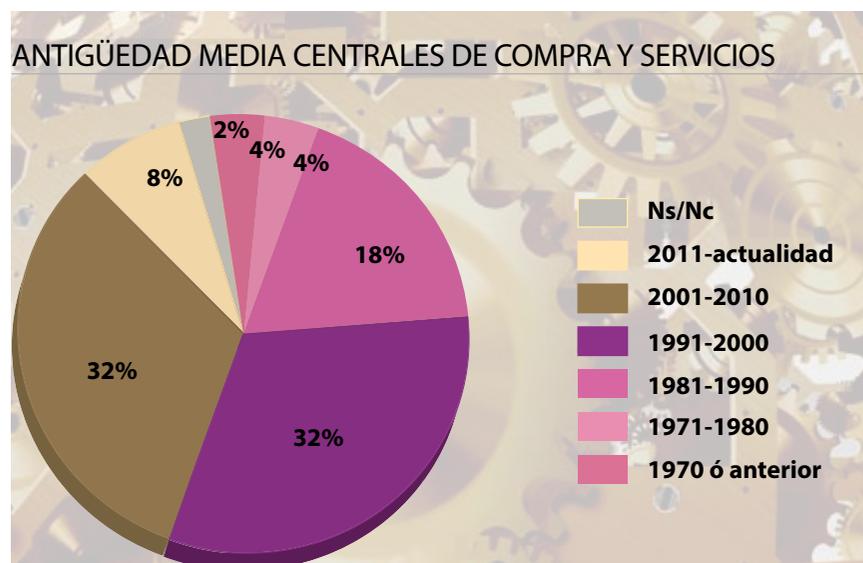
Existe una fuerte concentración del número de centrales en 11 sectores: alimentación (11%), ferretería (9%), materiales de construcción (9%), electrodomésticos (6%),

juguetes (4%), deporte (4%), farmacia (4%), hostelería (4%), fontanería, saneamiento, calefacción y climatización (4%), recambios de automoción (4%) y óptica, que representan el 63% de todas las centrales censadas. Por agrupaciones, las CCS de gran consumo y equipamiento a las personas representan el 42% del total, le siguen con un 36% las de bienes duraderos y de inversión, y a continuación las de equipamientos del hogar, con un 22%.

En cuanto a su distribución geográfica, Cataluña es la comunidad donde existe un mayor número de centrales de compra (31%), seguida de Madrid (25%), la Comunidad Valenciana (13%) y Andalucía (7%). Desde una perspectiva geográfica, encontramos una gran concentración en el eje mediterráneo, compuesto por Cataluña, la Comunidad Valenciana, Murcia y Andalucía, llegando a copar casi el 53% de las centrales españolas. Un segundo eje, el central, compuesto por la Comunidad de Madrid, las dos Castillas y Extremadura, suma el 29%, y el tercer eje, el cantábrico-pirenaico, repartido entre Galicia, Asturias, Cantabria, Euskadi, Navarra y Aragón, suma el 16%. Existe también una central con sede en Baleares y cuatro en las Islas Canarias. Según su forma jurídica, el 59% de las CCS censadas son Sociedades Limitadas, un 19% son Sociedades Anónimas y un 12% cooperativas.

El 72% de las CCS se han formado con posterioridad a 1990. El 26% se han constituido con anterioridad. A nivel global las CCS consultadas tienen una antigüedad media de 18 años. Según los tres grandes sectores definidos, se observa que las de gran consumo y equipamiento de la persona son las que presentan una mayor antigüedad, mientras que las de bienes de inversión son más recientes. Existe relación directa entre antigüedad y algunas variables relacionadas con la dimensión, en concreto las centrales creadas con anterioridad a 1990 tienen un mayor número de puntos de venta y de empleados.

Entendiendo por socios a los accionistas o titulares de las centrales, la mayoría de las CCS analizadas presentan un número inferior a 20 socios, siendo un 27% las que tienen 10 o menos y un 24% las que tienen entre 11 y 20 accionistas. Un 6% tienen más de 80 socios. Por sectores, las CCS de bienes duraderos y de inversión son las que, de media, presentan un menor número de socios



El 28% de las centrales ha desarrollado herramientas de comercio electrónico, y un 11% las están desarrollando

(23), mientras que las de gran consumo y equipamientos para la persona tienen un mayor número de socios accionistas.

Por lo que se refiere al número de asociados, la mayoría de las CCS analizadas presentan un número inferior a 20, incluso un 9% dicen no tener ninguno. Por otro lado, el 20% tienen más de 60 asociados, llegando a valores muy por encima. El elevado valor de la desviación típica en relación a la media y la forma de la distribución de frecuencias impide utilizar la media como estimador que resuma de forma adecuada este indicador: existen muchas centrales con un número muy pequeño de asociados y unas pocas CCS con un número muy grande. A partir de los valores obtenidos en las respuestas, y estimando un comportamiento similar entre las centrales de las que no se tiene información, se puede aproximar que en global las CCS en España aglutinan más de 13.000 socios y casi 46.000 asociados.

El 37% de las centrales están gestionadas por menos de 5 empleados, y un 17% poseen entre 6 y 10 trabajadores. Las que tienen una mayor dimensión representan el 21% y pertenecen, principalmente, al sector de gran consumo y el equipamiento a la persona. En cambio, las de menor dimensión son del sector de

Comunidad	%
Cataluña	31,1
C. de Madrid	24,6
C. Valenciana	12,7
Andalucía	7,1
Galicia	4,4
Aragón	3,8
Euskadi	3,6
Navarra	2,4
Región Murcia	2,4
C. y León	2,1
Extremadura	1,8
P. Asturias	1,5
Islas Canarias	1,2
C. La Mancha	0,9
Cantabria	0,3
Illes Balears	0,3
Total	100

bienes duraderos o de inversión. Las CCS más antiguas, las que tienen un mayor número de asociados y las que poseen más puntos de venta presentan un número más elevado de empleados propios.

Destaca el elevado desconocimiento de las CCS en cuanto al número de empleados de sus empresas asociadas. No obstante, se observan ciertas tendencias: las centrales pertenecientes al sector de gran consumo y equipamiento de la persona son las que mayor número de empleos indirectos generan. Nuevamente, se encuentra una concentración de pequeñas CCS que generan muy pocos empleados, mientras que un pequeño grupo de centrales presentan un tamaño muy importante, generando 2.000, 6.000 o más trabajadores. Por lo que se refiere a puntos de venta, las centrales pertenecientes a los sectores de equipamiento para el hogar y de gran consumo y equipamiento de la persona presentan una dimensión mucho mayor. A partir de los valores obtenidos en las respuestas, y estimando un comportamiento similar entre las CCS de las que no se tiene información, se puede aproximar que en global las centrales en España suponen 4.700 empleados directos, más de 410.000 empleados en los establecimientos asociados y casi 121.000 puntos de venta.

Más de la mitad de las centrales consultadas no han facilitado cifras relativas a facturación sell in y/o sell out correspondiente a 2013. En cuanto a sell in, la mayoría de las CCS de operaciones (aquellas que asumen directamente el suministro de productos o la prestación de servicios en actividades primarias o de apoyo) presentan cifras inferiores a los 50 millones de

Las CCS en España suponen 4.700 empleados directos, más de 410.000 empleados en los establecimientos asociados y casi 121.000 puntos de venta

	No	Sí	En proceso	Ns/Nc
Comercio electrónico	35%	28%	11%	26%
Marca de canal	34%	42%	4%	20%
Facturación centralizada	33%	44%	2%	21%
Pago centralizado	35%	44%	1%	20%
Servicios logísticos	27%	49%	1%	23%
Marcas propias	24%	56%	2%	18%
Marketing y comunicación	9%	74%	1%	16%
Compra conjunta	9%	71%	1%	19%
Negociación	-	86%	1%	13%

	Media nº socios	Muestra disponible	Desv. Típica
Gran consumo y equipamiento de la persona	58,8	49	199,5
Equipamiento del hogar	32	35	65,8
Bienes duraderos/de inversión	22,6	53	27
Total	37,9	137	125,2
Media recortada	21,06		

	Menos de 200	Entre 201 y 400	Entre 401 y 600	Entre 601 y 800	Más de 800	Ns/Nc	Media recortada (nº empleados)
Gran consumo y equipamiento de la persona	14%	7%	7%	7%	13%	52%	2.363
Equipamiento del hogar	8%	14%	9%	3%	17%	49%	720
Bienes duraderos/de inversión	12%	13%	8%	3%	15%	49%	452
Global	19%	10%	7%	6%	13%	45%	591

	Menos de 30	Entre 31 y 60	Entre 61 y 120	Más de 120	Ns/Nc	Media recortada (puntos de venta)
Gran consumo y equipamiento de la persona	15%	18%	11%	25%	31%	259
Equipamiento del hogar	18%	13%	31%	28%	10%	256
Bienes duraderos/de inversión	24%	22%	13%	19%	22%	75
Global	20%	18%	16%	23%	23%	160

Fuente: Censo de las Centrales de Compra y Servicios 2014. Anceco.

euros. Por lo que se refiere a la facturación sell out (ventas desde el establecimiento asociado al consumidor final), la media por establecimiento se sitúa en el millón de euros.

A partir de los valores medios obtenidos en las respuestas, se puede aproximar que el sell in global de las CCS en España supera los 19.000 millones de euros, mientras que el sell out excede los 86.000 millones.

Centrándonos ahora en los servicios, la negociación de condiciones de compra, las operaciones de compra conjunta y los servicios de marketing y comunicación son los servicios que más prestan a sus asociados las CCS consultadas. A continuación, el 56% de las centrales apuestan por la marca propia y el 49% prestan algún tipo de servicio relacionado con la logística. Cuatro de cada diez centrales han creado una marca de canal o rótulo comercial común con la cual los establecimientos adheridos se presentan ante el consumidor. El 44% centralizan los pagos a proveedores y re-facturan, posteriormente, a sus asociados. El 28% de las centrales ha desarrollado herramientas de comercio electrónico, y un 11% las están desarrollando.

Además del Censo, en enero de 2015 Anceco ha llevado a cabo una encuesta entre sus asociados para recoger datos objetivos, resumir los principales acontecimientos que les han afectado, y las impresiones, previsiones, retos y preocupaciones de los asociados. Del resultado de la encuesta se desprende que la mayoría de sectores han incrementado moderadamente su facturación. Destaca la buena respuesta de los sectores de bienes duraderos y equipamiento del hogar. El número de empleados se ha mantenido, con un ligero aumento en los sectores de hotelería y ferretería. Sin embargo, cabe destacar que algunas centrales han reestructurado sus órganos directivos durante el año pasado. El número de socios se mantiene estable, aunque presenta un ligero aumento en sectores como ferretería y construcción. En cuanto a los establecimientos, en los sectores industrial, electrodomésticos y alimentación no se han registrado, prácticamente, variaciones, mientras que en los de hotelería, ferretería y suministro industrial, material de construcción y auxiliar de construcción se han incrementado. El sector del mueble ha continuado sumando algún cierre.

Existe una gran coincidencia en mencionar la recuperación como el principal acontecimiento de este año, si bien tímida e irregular, al mencionar muchas centrales un crecimiento en el primer semestre y una caída en el segundo. La consolidación del comercio electrónico, la colaboración horizontal o la incorporación de nuevos miembros también se mencionan. No se han registrado disminuciones en cuanto a los servicios que las centrales desarrollan para sus asociados, al contrario, se han visto reforzados. Especialmente en las áreas de marketing, con campañas de publicidad especialmente en TV, mejorando la presencia en las redes sociales y el posicionamiento Web; en los servicios financieros,

Cataluña es la comunidad donde existe un mayor número de CCS (31%), seguida de Madrid (25%) y la Comunidad Valenciana (13%)

Existe una gran coincidencia en mencionar la recuperación como el principal acontecimiento de este año, si bien tímida e irregular



como es el caso de la creación del primer banco de las centrales de compra en el sector de la ferretería industrial, así como ampliando y potenciando los servicios logísticos.

Respecto a las perspectivas para el 2015, la opinión mayoritaria es hacia una mejora generalizada. Algunas centrales auguran un crecimiento tanto en proveedores gestionados como en socios y facturación. Existe una opinión generalizada apuntando hacia el fin de la recesión y que, en 2015, asistiremos al inicio de la recuperación del consumo, que se cifra entre un 2% y un 5%. También se prevé la puesta en marcha de nuevas marcas destinadas a los establecimientos y lo que es muy importante, una actitud muy proactiva en la búsqueda de asociados.

Los principales retos a los que tienen que enfrentarse las CCS según sus propias respuestas en la encuesta son:

- Conseguir una mayor verticalización.
- Aportar más valor al asociado y ofrecer servicios más allá de los tradicionales.
- Agruparse y realizar acuerdos para hacer frente a las grandes superficies.
- Salvar la resistencia de los socios al trabajo en común y crecer con los socios activos.
- Convencerse de que las centrales son también grupos de venta, y no solo de compras.
- Pensar en el consumidor, lo que implica un mayor acercamiento al socio y sus empleados, y la creación de experiencia de compra coherente en el punto de venta.
- Mejorar la información de los asociados hacia la central y aumentar los servicios.
- Modernizar o generar cambios sugerentes en los establecimientos, ya que son los que mantienen las ventas de la central de compras y servicios.
- Mantener el grupo unido, categorizando a los socios y personalizando los servicios. ▀