

En el expediente GS 12/06, seguido ante este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia, se ha dictado con fecha 9 de junio de 2.006, Acuerdo que literalmente transcrito dice:  
Expediente GS 12/06 (DISU S.L.)

PLENO : (Acuerdo sobre grandes establecimientos comerciales)

Ilmos. Sres :

Juan Luis Crucelegui Gárate, Presidente.  
Javier Berasategi Torices, Vicepresidente.  
Joseba Andoni Bikandi Arana, Vocal.

En Gasteiz, a 9 de junio de 2.006.

Estudiada la información aportada en la solicitud de autorización para la implantación de un gran establecimiento comercial en la localidad de Agurain (Araba) por la empresa DISU S.L, el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia concluye que la implantación solicitada no tiene efectos restrictivos sobre la libere competencia en el mercado afectado.

Firmado : Juan Luis Crucelegui Gárate, Javier Berasategi Torices y Joseba Andoni Bikandi Arana.

Lo que se comunica a esa Dirección General, con remisión de copia del Acuerdo e informe que se notifica.

Gasteiz, 9 de junio de 2.006

AUZITEGIAREN IDAZKARIA  
EL SECRETARIO DEL TRIBUNAL

Firmado: Joseba Andoni Bikandi Arana

Ilmo. Sr. D. Jose Luis Montalban Monge  
Departamento de Industria, Comercio y Turismo  
Donosita-San Sebastián, 1 -01010 VITORIA-GASTEIZ

**LEHIAREN DEFENTSARAKO EUSKAL AUZITEGIA**  
**TRIBUNAL VASCO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

**INFORME**

Expediente de GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES (GS 12/06)

SOLICITANTE : DISU S.L.

OBJETO : Solicitud de autorización para la Implantación de un gran establecimiento comercial en el término municipal de Agurain en Harresi Parkea.

## **I. ANTECEDENTES.**

1. El día 1 de junio de 2.006 tuvo entrada en el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Auzitegia un escrito del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco-Eusko Jaurlaritza, en petición de informe sobre la solicitud de una licencia para la implantación de Grandes Establecimientos Comerciales en el municipio de Agurain por parte de DISU S.L. El escrito y la documentación que lo acompaña, se cursa en cumplimiento de lo establecido en el artículo 13,7º de la Ley 7/2.000 de 10 de noviembre de modificación de la Ley 7/1994 de la Actividad Comercial.
2. Para la elaboración del proyecto de informe que se ha de elevar al Pleno del Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia, con el fin de que emita el correspondiente dictamen, fue designado Ponente el Vocal D. Juan Luis Crucelegui Gárate.
3. El informe se realiza fundamentalmente en base a los datos facilitados por el propio solicitante.

## **II . OBJETO DEL INFORME .MARCO LEGAL.**

4. Con la Ley 7/2.000 de 10 de noviembre de modificación de la Ley 7/1.994 de la Actividad Comercial se introdujo con carácter general un sistema de autorización de grandes superficies comerciales, en virtud del cual la apertura de un gran establecimiento queda sujeta a la obtención de una licencia comercial específica que otorgará el Gobierno Vasco-Eusko Jaurlaritza a través de su Departamento de Industria, Comercio y Turismo previo informe preceptivo, no vinculante, del Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia (artículo 13,7º ).

El otorgamiento o denegación de la licencia comercial específica dependerá del análisis objetivo que realice el Departamento de Industria, Comercio y Turismo ponderando en primer lugar, la existencia o no de un equipamiento comercial adecuado en la zona afectada y, en segundo lugar, los efectos que del nuevo establecimiento se puedan derivar para la estructura comercial de la zona; en particular, sus efectos positivos sobre la competencia( Ley 7/2.000 de la Actividad Comercial y el Decreto 58/2.001, de 27 de marzo, sobre implantación, modificación y ampliación de grandes establecimientos comerciales)

5. El objeto del presente informe consiste en contribuir a la determinación de los posibles efectos sobre el mercado y la competencia del establecimiento del nuevo centro comercial cuya ampliación se solicita.

6. A tal efecto, y como consideración de orden previo, debe partirse de la definición legal de gran establecimiento. La determinación de los requisitos que se han de cumplir para adquirir la consideración de gran establecimiento corresponde al Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco-Eusko Jaurlaritza. La definición de gran establecimiento comercial viene recogida en el artículo 1º del Decreto 58/2.001, de 27 de marzo, sobre implantación, modificación y ampliación de grandes establecimientos comerciales.

7. El Decreto 58/2.001, sobre implantación, modificación y ampliación de grandes establecimientos comerciales, de desarrollo del artículo 13º de la Ley 7/1.994, de la Actividad Comercial (modificado por Ley 7/2.000) del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco-Eusko Jaurlaritza, regula la autorización para la implantación de establecimientos comerciales cuya superficie de venta sea superior a los 400 m<sup>2</sup>, la modificación de éstos o la ampliación que alcance o supere dicha superficie. El proyecto de establecimiento para el que DISU S.L. solicita autorización de Implantación consta de una superficie de venta de 715 m<sup>2</sup>.

### **III. INFORMACIÓN RELATIVA AL SOLICITANTE.**

8. DISTRIBUCIÓN DE SUPERMERCADOS, DISU S.L. es una sociedad perteneciente al 100% al Grupo UVESCO con domicilio social en C/ Elcano,22 Hernani (Guipuzkoa) con N.I.F. B 20099586, con representantes administradores mancomunados Angel F. De Barrena Villagarcía con D.N.I. 15233075 Z y Jose Ramón F. de Barrena Bermejo con D.N.I. 12250451 con domicilio a efectos de notificaciones en Barrio Ventas Unialco, Apdo 126 Irun 20.305 Tf 943 668000 Fax 943668011.

### **IV. INFORMACIÓN RELATIVA AL PROYECTO.**

9. El proyecto para el que DISU S.L. solicita licencia consiste en la Implantación de un establecimiento comercial supermercado bajo la enseña SUPER BM en el municipio de Agurain (Araba).

#### **IV.1. Características.**

10. El establecimiento comercial para el que se solicita licencia para su implantación comercial tiene una superficie total de ocupación en planta de 1.522,35 m<sup>2</sup> y la superficie de la sala de ventas a instalar es de 715 metros cuadrados. Actualmente el lugar está calificado como solar urbanizado, comercial sin actividad. El local está situado dentro del núcleo urbano de Agurain y el régimen de tenencia del establecimiento es en alquiler por DISU S.L. mediante contrato firmado con fecha 17 de mayo de 2.005. El edificio es de nueva construcción y está destinado exclusivamente a desempeñar la actividad comercial. Posee un aparcamiento de 1.085,35 m<sup>2</sup> con 35 plazas.

#### **IV.2. Oferta de bienes.**

11. La distribución de la oferta comercial del conjunto del proyecto es la siguiente:

- Alimentación.....80%.
- Perfumería/Higiene.....20%.

#### **IV.3. Importe de la inversión.**

12. El coste total de la inversión en el proyecto será el siguiente :

- Acondicionamiento del establecimiento.....419.250,00 Euros

La financiación se realizará con fondos propios y ajenos al 50% (209.625 Euros)

El calendario de ejecución del proyecto es el siguiente :

- Obras del edificio de uso terciario con entrega del local.... 13/07/07.
- Acondicionamiento y equipamiento..... 8 meses.
- Apertura.....22/02/ 2.008.

#### **IV.4. Creación de empleo.**

13. El número de empleados total previsto es de 17 desglosados de la siguiente forma:

- Sala de ventas.....15.
- Almacén.....1.
- Otros.....1.

### **V. CARACTERÍSTICAS DE LA ZONA DE INFLUENCIA DEL CENTRO COMERCIAL.**

14. La delimitación del mercado geográfico relevante o área de influencia de un nuevo establecimiento comercial es uno de los aspectos destacados que deben abordarse en cualquier análisis relacionado con los efectos sobre la competencia de la puesta en funcionamiento de un nuevo centro comercial.

15. El interés por parte del promotor, por acotar el mercado geográfico relevante, reside en el hecho de que, a partir del mismo, puede estimar la cifra de negocios del nuevo establecimiento. El interés del Tribunal se justifica en la necesidad de analizar las condiciones de competencia en el mercado del producto afectado y sus límites geográficos. Aunque los objetivos de los operadores y del Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia no son coincidentes, ambos precisan de los mismos instrumentos de análisis para elaborar sus argumentos: el conocimiento de la zona geográfica de influencia, la estimación de la oferta comercial existente y la estimación del comportamiento de la demanda.

### **V.1 Zona de influencia. Mercado geográfico relevante.**

16. El área de influencia global se considera la población de la Comarca de Arabako Lautada eta Gorbeia Inguruak cuenta según el último censo publicado en 2.001 con 239.098 habitantes. Agurain posee una población de 10.162 habitantes. En toda la zona de influencia DISU S.L. no posee ningún establecimiento.

### **V.2 Oferta comercial existente.**

17. El segundo elemento clave de este análisis es el estudio de la estructura comercial existente en el mercado geográfico relevante. En efecto, para determinar los efectos del nuevo establecimiento sobre la competencia, es preciso conocer las condiciones de la misma existentes en el mercado. Para ello se toma en consideración el número de establecimientos existentes en el mercado geográfico relevante, considerando, además, sus características específicas por su distinto impacto sobre la competencia.

18. El número de establecimientos comerciales en el área de influencia es de tres (3) establecimientos en la propia población de Agurain en el entorno de cinco (5) minutos de entre 70 y 240 m<sup>2</sup> y otros tres (3) en el municipio de Dulantzi en el entorno de entre 10 y 15 minutos de entre 125 y 380 m<sup>2</sup>.

### **V.3. Características de la demanda.**

20. El interés último de un informe sobre las condiciones de la competencia es la obtención de una estimación, lo más precisa posible, del poder que la nueva incorporación tendrá en el mercado. Este peso estará directamente relacionado con su cuota de mercado y con los demás elementos estructurados de la base comercial del mercado geográfico relevante.

21. La estimación de esta variable es el objetivo que más dificultades plantea en cualquier análisis de la competencia. Las dificultades habituales que se plantean para delimitar y conocer aspectos como el volumen total de gasto de los ciudadanos en el establecimiento cuya apertura se propone o su facturación concreta por el operador objeto de estudio, se añade una doble dificultad: por un lado, el volumen de facturación se estima sobre la base de determinados supuestos que pueden o no darse; por otro lado, las cuotas de mercado se calculan sobre la base de un determinado volumen de gasto en la adquisición de bienes y servicios en el mercado geográfico estudiado.

La estimación del gasto se realiza tomando como base la oferta existente en el momento de realizar el cálculo. Sin embargo, la apertura del nuevo establecimiento supondrá un aumento de la oferta que probablemente fomentará un incremento de la demanda. Este incremento de la demanda rara vez es estimado y, aunque se hiciera, no dejaría de ser una estimación basada en una serie de supuestos que, como tales serían cuestionables. En definitiva, se debe tener presente que las conclusiones que se puedan derivar de la consideración de las cuotas de mercado estimadas estarán condicionadas por la verosimilitud de los supuestos.

22. El promotor, DISU S.L., para establecer el mercado potencial señala haber realizado un estudio de viabilidad determinando el número de habitantes en tres (3) áreas de influencia de 5 minutos en coche. Calcula una media de consumidores de 2.527,5 y teniendo en cuenta el nivel económico de la zona señala un consumo de 1.562,63 Euros por persona y año lo que supone una facturación mensual de 329.064 euros y anual de 3.948.769 euros.

## **VI. EFECTOS ESTIMADOS SOBRE LA COMPETENCIA.**

23. La localidad de Agurain cuenta con tres (3) supermercados de 70, 200 y 240 m2. En la zona de influencia de entre 10 y 15 minutos y en el municipio de Dulantzi existen otros tres(3) supermercados de 125, 240 y 380 m2. DISU S.L. no tiene presencia en esta zona de influencia y con la nueva implantación de un establecimiento con una sala de ventas de 715 m2 aporta una nueva oferta de servicios.

24. Entiende el Tribunal que uno de los objetivos de la competencia es el fomento de la competitividad y la eficacia empresarial. La nueva presencia de DISU S.L. a través de la enseña BM aporta una nueva oferta al mercado de referencia inexistente hasta la actualidad.

25. Por todo lo señalado anteriormente, el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia emite el siguiente:

## DICTAMEN

**Estudiada la información aportada en la solicitud de autorización para la implantación del proyecto comercial de gran superficie que obra en el expediente en nombre de la empresa DISU S.L., el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia concluye que la implantación de este nuevo establecimiento no afecta negativamente a las condiciones de la competencia en el mercado afectado de la Comarca de Arabako Lautada eta Gorbeia Inguruak en general y al del municipio de Agurain en particular.**

Gasteiz, 8 de junio de 2.006

Vocal  
Joseba Andoni Bikandi Arana

Presidente/ Lehendakari / Ponente  
Juan Luis Crucelegui Gárate

Vicepresidente/Lehendakari Ordea  
Javier Berasategi Torices



