

En el expediente GS 10/06 seguido ante este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia, se ha dictado con fecha 8 de junio de 2.006, Acuerdo que literalmente transcrito dice:

Expediente GS 10/06 UVESCO / ERANDIO

PLENO: (Acuerdo sobre grandes establecimientos comerciales)

Ilmos. Sres :

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

Vitoria-Gasteiz, a 8 de junio de 2.006.

Estudiada la información aportada en la solicitud de autorización formulada por UVESCAYA, S.L. para la instalación de un supermercado en el municipio de Erandio, el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia concluye que la ampliación solicitada no tiene efectos restrictivos sobre la libre 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, 8 de Junio 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 10/06
UVESCO / ERANDIO)

SOLICITANTE: UVESCAYA S.L. (GRUPO UVESCO)

OBJETO: Solicitud de autorización para la INSTALACIÓN de una gran superficie comercial en el término municipal de Erandio (Bizkaia).

ANTECEDENTES

1. El día 10 de mayo de 2006 tuvo entrada en el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia (TVDC) un escrito del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco, en petición de informe sobre la solicitud de una licencia para la instalación de un Supermercado en la calle Antonio Trueba 28-34, de Erandio (Bizkaia), por parte de UVESCAYA, S.L. El escrito y la documentación que lo acompaña se cursa en cumplimiento de lo establecido en el artículo 13, apartado 7º de la Ley 7/1994 de la Actividad Comercial (Ley 7/1994).¹.
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. Javier Berasategi Torices.
3. El informe se realiza fundamentalmente en base a los datos facilitados por el propio solicitante.

OBJETO DEL INFORME Y MARCO LEGAL

4. La Ley 7/2000 de 10 de noviembre modificó el artículo 13 de la Ley 7/1994 para introducir con carácter general un sistema de autorización de grandes superficies comerciales, en virtud del cual la apertura, modificación de actividad o la ampliación de un gran establecimiento queda sujeta a la obtención de una licencia comercial específica que otorgará el Gobierno Vasco a través de su Departamento de Industria, Comercio y Turismo.
5. En virtud del artículo 13, apartado 5º de la Ley 7/1994 “el otorgamiento o denegación de la licencia comercial específica se acordará ponderando especialmente la existencia o no de un equipamiento comercial adecuado en el ámbito territorial afectado por el nuevo establecimiento y los efectos que éste pudiera ejercer sobre la estructura comercial de aquel”.
6. Conviene reseñar que, según lo dispuesto en el artículo 6, apartado 4º de la Ley 7/1996 de 15 de enero de Ordenación del Comercio Minorista, “el efecto sobre la estructura comercial existente se valorará teniendo en cuenta la mejora [...] para la libre competencia”.
7. Por último, el apartado 7º del artículo 13 de la Ley 7/1994 establece que “en el procedimiento de concesión de licencias de gran establecimiento comercial se solicitará informe del órgano que tuviera asignado el control y la garantía de la defensa de la competencia”. El objeto del presente informe consiste por lo tanto en valorar los efectos sobre la libre competencia derivados de la ampliación del establecimiento cuya autorización se solicita.

¹ El nuevo artículo 13 fue introducido por la Ley 7/2000 de 10 de noviembre.

EL MERCADO RELEVANTE

8. 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 derivados de la implantación o ampliación de un centro comercial.

Mercado de producto de referencia

9. El Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) ha concluido en diversos asuntos que el mercado se define como la distribución al por menor de productos alimentarios y artículos del hogar no alimentarios de consumo corriente ofrecidos en libreservicio (incluye los hipermercados, los supermercados, los autoservicios, incluyéndose en estas dos últimas tipologías las tiendas de descuento).²
10. Asimismo, el TDC ha subrayado la estrecha interdependencia existente entre la distribución y el aprovisionamiento necesario para llevarla a cabo: “En el mercado de la distribución alimentaria minorista existe una estrecha interdependencia entre el comercio minorista y los proveedores. La posición que ocupe el minorista en el mercado de distribución se reflejará inmediatamente en sus relaciones con las empresas suministradoras y, muy particularmente, en las condiciones de compra, pudiendo incluso surgir situaciones de dependencia económica o poder de compra.”³
11. Por ello, el TDC ha definido un mercado de aprovisionamiento consistente en la venta de productos diarios por los fabricantes a clientes, mayoristas o minoristas, o a otros tipos de empresas. Comoquiera que los fabricantes producen normalmente un único producto o categoría de productos, no es posible referirse a un solo mercado de suministro en el comercio alimentario al por menor.
12. No obstante, la información facilitada al TVDC para la elaboración de este informe no contiene ninguna referencia a la posición de la empresa solicitante en el mercado de aprovisionamiento autonómico o local. Por lo tanto, el presente informe sólo hace referencia al mercado de la distribución.

Mercado geográfico relevante

13. En los informes relativos a grandes superficies, el TDC limita el mercado geográfico relevante en función de las isocronas.
14. La isocrona es la línea imaginaria que une las poblaciones que distan del nuevo centro comercial un determinado tiempo de desplazamiento. En el caso de grandes superficies de bienes de consumo diario, el mercado geográfico relevante considerado puede comprender la isocrona de 15 minutos en

² Informe C52/00 Carrefour/Promodès. Informe C64/01 Pío Coronado/Cemetro. Informe C 70/02 Caprabo/Enaco.

³ Informe C92/05 Dinosol/Mercacentro, página 11.

automóvil, cuando la gran superficie está situada en núcleos urbanos, o bien la isocrona de 30 minutos en automóvil cuando está situada en núcleos rurales o cuando no existe ninguna otra en el área delimitada. Por lo tanto, el Tribunal ha considerado el mercado geográfico relevante de ámbito local, sin perjuicio de que el solapamiento de varios mercados locales pueda ampliar el mercado geográfico de referencia.

15. En el presente análisis se considerará como mercado geográfico afectado la población de Erandio.

EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA.

16. Según la información presentada por el solicitante, el supermercado cuya solicitud de instalación es objeto de análisis tendrá una superficie de ventas de 942.82 m².
17. En principio, todo aumento de la oferta de venta implica un aumento de la competencia y del bienestar del consumidor. Desde esta perspectiva, la solicitud de instalación tendría efectos positivos sobre la competencia existente en Erandio. No obstante, debe tenerse en cuenta que en ciertas ocasiones el aumento de la oferta podría tener una finalidad predatoria (por ejemplo, el aumento de frecuencias aéreas del operador establecido para desincentivar la entrada de un nuevo operador o ahogar económicamente al nuevo entrante). Igualmente, cuando la normativa vigente impone un máximo de capacidad existente en el mercado, el aumento de capacidad por parte de un operador puede obedecer a su deseo de evitar la entrada o expansión de otros competidores.
18. En el caso que nos ocupa, el supermercado operado por el Grupo UVESCO bajo la denominación “Gelsa” incrementará la competencia en el ámbito geográfico representado por una isocrona de 5 minutos, en la que están presentes dos mercados locales y tres supermercados operados por Eroski, BM y Día
19. 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 formulada por UVESCAYA, S.L. para la instalación de un supermercado en el municipio de Erandio, el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia concluye que la ampliación solicitada no tiene efectos restrictivos sobre la libre competencia en el mercado afectado.

Vitoria-Gasteiz, a 8 de Junio de 2.006

Presidente
Juan Luis Crucelegui Gárate

Vicepresidente
Javier Berasategi Torices

Vocal
Joseba Andoni Bikandi Arana