



En el expediente GS 34/07, seguido ante este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia, se ha dictado con fecha 26 de febrero de 2008, Dictamen que literalmente transcrito dice:

Expediente GS 34/07 DISU, S.L./ VILLABONA

PLENO:

Ilmos. Sres:

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

Vitoria-Gasteiz, a 26 de febrero de 2008.

Estudiada la información aportada en la solicitud de autorización para la implantación de un establecimiento comercial en Conjunto Urbano 3-Fleming, de Villabona (Gipuzkoa), por parte 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 favorece las condiciones de la competencia en el mercado de la Comarca XX Tolosaldea/Tolsa.

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, 26 de febrero 2008

**AUZITEGIAREN IDAZKARIA
EL SECRETARIO DEL TRIBUNAL**

Firmado: José Antonio SANGRONIZ OTAEGI

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



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

INFORME

Expediente de GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES (GS 34/07
DISU S.L./VILLABONA.

SOLICITANTE: (DISTRIBUCIÓN DE SUPERMERCADOS S.L.) DISU, S.L.

OBJETO: Solicitud para la implantación de un establecimiento comercial en
C.U.3- Fleming de Villabona (Gipuzkoa).



I. ANTECEDENTES.

1. El día 6 de febrero de 2008 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 para la implantación de un establecimiento comercial en C.U. 3- Fleming, de Villabona (Gipuzkoa), 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 7/2000 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 D. Javier Berasategi Torices.
3. El informe se realiza en base a los datos facilitados por el propio solicitante.

II. MARCO LEGAL.

4. La Ley 7/2000 de 10 de noviembre de modificación de la Ley 7/1994 de la Actividad Comercial, 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 de la Ley 7/2000).
5. El otorgamiento o denegación de la licencia comercial dependerá de la valoración que realice el Departamento de Industria, Comercio y Turismo sobre la existencia o no de un equipamiento comercial adecuado en la zona afectada y los efectos del establecimiento sobre la estructura comercial de la zona (artículo 13,7º de la Ley 7/2000).
6. 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.



III. INFORMACIÓN RELATIVA AL SOLICITANTE.

8. DISU es una sociedad limitada, unipersonal, participada por Unialco con domicilio social en calle Elcano,22, Hernani (Gipuzkoa) con N.I.F. B-20099586, con representante legal Angel F. De Barrena Villagarcía y Eulogio Sanchez Saiz, Administrador y apoderado respectivamente con domicilio a efectos de notificaciones Barrio Ventas Unialco,Apdo 126 Irún 20.305 con teléfono y fax 943 668000-9436680111.

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 destinado a la venta de artículos de alimentación bajo el nombre comercial BM Supermercados en Conjunto Urbano 3, Fleming en Villabona (Gipuzkoa).

IV.1. Características.

10. El establecimiento comercial para el que se solicita licencia para su implantación se ubicará en un edificio de nueva construcción con calificación urbanística comercial. El edificio no está destinado exclusivamente a desempeñar la actividad comercial ya que existen espacios destinados a viviendas y aparcamiento. El proyecto está ubicado dentro del núcleo urbano de Villabona. Cuenta con aparcamiento cubierto de 51 plazas.

El nombre comercial del proyecto es BM Supermercados. El establecimiento comercial ocupará una superficie total construida de 1.468,15 m², siendo la superficie de venta de 991,20 m²

El régimen de tenencia del establecimiento es en arrendamiento por DISU, S.L.

IV.2. Oferta de bienes.

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

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

IV.3. Importe de la inversión.

12. El promotor no señala ninguna información en relación con la inversión.



IV.4. Creación de empleo.

13. Se prevé la creación de un total de veinte (20) puestos de trabajo de los cuales dieciocho (18) fijos (16 para ventas, 1 almacén, 1 administración) y dos (2) eventuales (para ventas).

IV. 5. Ejecución del proyecto.

14. El promotor señala el calendario de ejecución del proyecto siguiente:

- Licencia comercial.....Marzo 2008.
- “ actividad y obras.....Octubre 2008.
- Inicio obra.....Enero 2007.
- “ “ acondicionamiento...Octubre 2008.
- Apertura Local.....Octubre 2009.

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

15. 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.
16. 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.

17. El área de influencia teórica del local se considera el Área Funcional Comercial XX Tolosaaldea/Tolosa que cuenta con una población total de 40.979 personas. El municipio de Tolosa es el más poblado y cuenta con 16.615 habitantes seguido por Villabona con 5.333 e Ibarra con 4.064.



V.2 Mercado de producto de referencia

18. Los productos a comercializar son los propios de un supermercado, es decir, productos alimenticios de primera necesidad, droguería, perfumería y bazar.

V.3. Mercado geográfico de referencia

19. En los informes relativos a grandes superficies, la Comisión Nacional de la Competencia limita el mercado geográfico relevante en función de las isocronas.
20. 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 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.
21. En el presente análisis considera como mercado geográfico afectado la Comarca XX de Tolosaldea/Tolosa, sin perjuicio de que los efectos de la implantación de esta superficie se dejen sentir en un radio más amplio.

V.4 Oferta comercial existente.

22. 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.
23. El número de establecimientos de alimentación y polivalentes con superficie comprendida entre 400 y 999 m² en el área de influencia señalada es de cinco (5): un (1) Eroski Consum en Tolosa de 879,00 m², un (1) Todo-Todo en Aduna de 627,76 m², un (1) EcoTolosa en Tolosa de 415 m², un (1) Uvesco en Tolosa de 418 m² y un establecimiento autorizado no abierto Super BM en Tolosa de 775,60 m².



24. El artículo 5,2º del Decreto 244/2006, de 28 de noviembre, de modificación del Decreto sobre implantación, modificación y ampliación de grandes superficies comerciales, que recoge los criterios de otorgamiento, señala como coeficiente de superficie máxima en establecimientos con superficie comprendida entre 400 y 999 m² de 0,159 m²/habitante.

V.3. Características de la demanda.

25. 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.
26. 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.

IV. EFECTOS ESTIMADOS SOBRE LA COMPETENCIA.

27. DISU S.L. planea abrir un establecimiento comercial con la enseña BM Supermercados en la Comarca XX Tolosaldea/Tolosa con una superficie de ventas de 991,20 metros cuadrados destinados a venta de alimentación y polivalentes.
28. Este centro entrará en competencia con los establecimientos de alimentación de su tramo de superficie presentes: Eroski Consum, Todo-
Todo, Eco-Tolosa y Uvesco.



29. En vista de todo ello, la presencia de DISU S.L. contribuirá a aumentar la oferta comercial y la competencia en la Comarca.
30. Entiende el Tribunal que uno de los objetivos de la competencia es el fomento de la competitividad y la eficacia empresarial y por ello considera necesario mantener una actitud vigilante para mantener tales objetivos.
31. 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 de un establecimiento comercial en Conjunto Urbano 3-Fleming, de Villabona (Gipuzkoa), por parte 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 favorece las condiciones de la competencia en el mercado de la Comarca XX Tolosaldea/Tolsa.

Gasteiz, 26 de Febrero de 2008

**Vicepresidente. Ponente.
Javier Berasategi Torices**

**Presidente/Lehendakari.
Juan Luis Crucelegui Gárate**

**Vocal
Joseba Andoni Bikandi Arana**

**Secretario
Jose Antonio Sangróniz Otaegi**