



En el expediente GS 09/08, seguido ante este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia, se ha dictado con fecha 23 de junio de 2008, Dictamen que literalmente transcrito dice:

Expediente GS 09/08 GRUPO MERKAL CALZADOS, S.L./ZABALBURU-BILBAO

PLENO:

Ilmos. Sres:

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

### **DICTAMEN**

**Estudiada la información aportada en la solicitud de autorización para la ampliación de un establecimiento comercial en Plaza Zabalburu s/n de Bilbao (Bizkaia) por la empresa MERKAL CALZADOS 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 VI Bilbao-Txoriherri.**

Vitoria-Gasteiz, a 23 de junio de 2008.

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, 23 de junio 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 09/08  
MERKAL CALZADOS/ZABALBURU-BILBAO.

SOLICITANTE: MERKAL CALZADOS, S.L.

OBJETO: Solicitud para la ampliación de un establecimiento comercial en  
Plaza Zabalburu s/n, en Bilbao, (Bizkaia).



## I. ANTECEDENTES.

1. El día 15 de mayo 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 ampliación de un establecimiento comercial en Plaza Zabalburu, de Bilbao (Bizkaia), por parte de MERKAL CALZADOS, 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. Juan Luis Crucelegui Gárate.
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. MERKAL CALZADOS, S.L. es una sociedad limitada con C.I.F. B-63266969, con representante legal David Garriga Chabert con D.N.I. 33964103-A con domicilio a efectos de notificaciones en Pau Claris, 132,5ª Barcelona 08009 y Tel/Fax 932697700 y 932697701.

### IV. INFORMACIÓN RELATIVA AL PROYECTO.

9. El proyecto para el que MERKAL CALZADOS S.L. solicita licencia consiste en la ampliación de un establecimiento comercial destinado a la venta de productos de equipamiento de la persona en Plaza Zabalburu s/n, de Bilbao (Bizkaia).

#### IV.1. Características.

10. El establecimiento comercial para el que se solicita licencia para su ampliación se ubicará en Calle Nicolás Alkorta,3 , Plaza Zabalburu con la calificación del suelo como uso terciario comercial. Se encuentra dentro del núcleo urbano y el local está destinado exclusivamente a desempeñar la actividad comercial. Actualmente el local se destina al desarrollo de actividad de venta de calzado y se encuentra dentro del núcleo urbano No se modifica la naturaleza de la actividad comercial anterior Cuenta con aparcamiento público con 184 plazas de rotación.

El establecimiento comercial en la actualidad cuenta con una superficie de sala de ventas de 396,35 m<sup>2</sup>, que tras la ampliación alcanzará una superficie de 690,71 m<sup>2</sup> de sala de ventas.

El régimen de tenencia del establecimiento es en arrendamiento por MERKAL CALZADOS S.L.

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

11. La distribución de la oferta comercial del conjunto del proyecto es el equipamiento de la persona en un 100,00%. Esta tienda recogerá su colección para señora y caballero.



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

12. No se señala información sobre el coste total de la inversión ni sobre el coste de acondicionamiento del establecimiento.

#### **IV.4. Creación de empleo.**

13. Tras la ampliación se prevé la creación de dos (2) nuevos puestos de trabajo que se sumarán a los siete (7) actuales: 6 fijos y 3 eventuales.

#### **IV. 5. Ejecución del proyecto.**

14. La ejecución del proyecto se desarrollará en las siguientes fases:
- Inicio tramitación licencia ..... Abril 2008.
  - Licencia municipal obras ..... Julio 2008.
  - Ejecución obras ..... Octubre 2008.
  - Apertura..... Octubre 2008.

#### **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 Comarca VI Bilbao-Txoriherri que cuenta con una población total de 360.998 personas. El municipio de Bilbao, con 342.980 habitantes es el municipio más importante seguido de los municipios del Txoriherri.

### **V.2 Mercado de producto de referencia**

18. Los centros comerciales MERKAL CALZADOS, S.L. ofrecen una variada gama de productos relacionados con la equipación personal. Estas categorías de productos pueden constituir mercados de producto separados.

### **V.3. Mercado geográfico de referencia**

19. En los informes relativos a grandes superficies, el TDC 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 VI Bilbao-Txoriherri, 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 especializados en equipamiento personal en el área de influencia señalada es de diecinueve (19), con un total de superficie ocupada en esta gama de superficies especializadas de 24.789,03 m<sup>2</sup> siendo el límite total admitido para la Comarca de 36.099,8 m<sup>2</sup>.
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 superficies especializadas de equipamiento personal 0,100 m<sup>2</sup>/habitante.

MERKAL CALZADOS no posee ningún establecimiento en la Comarca VI.

### 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.

27. El promotor MERKAL CALZADOS, S.L., no ha aportado un estudio de mercado en el que tenga en cuenta el número de familias, su tamaño, el gasto medio por persona y la capacidad de gasto del Área de la Comarca VI Bilbao-Txoriherri.

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

28. MERKAL CALZADOS planea abrir un centro comercial con una superficie de ventas de 690,71 metros cuadrados destinados a equipamiento personal.
29. Este centro entrará en competencia con todos los establecimientos de moda presentes en Bilbao y el Bilbao Bilbao Metropolitano (H&M, Cortefiel, Corte Inglés, Kiabi, Toys r us, Adolfo Domínguez, Mango, Springfield, Benetton....)
30. En vista de todo ello, la presencia de MERKAL CALZADOS contribuirá a aumentar la oferta comercial y la competencia en la Comarca VI Bilbao-Txoriherri.
31. 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.
32. 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 ampliación de un establecimiento comercial en Plaza Zabalburu s/n de Bilbao (Bizkaia) por la empresa MERKAL CALZADOS 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 VI Bilbao-Txoriherri.**

Vitoria-Gasteiz, 23 de junio de 2008

**Presidente  
Javier Berasategi Torices**

**Vocal / Ponente  
Juan Luis Crucelegui Gárate**

**Vicepresidente  
Joseba Andoni Bikandi Arana**

**Secretario  
Jose Antonio Sangróniz Otaegi**