

En el expediente GS 21/06, seguido ante este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia, se ha dictado con fecha 24 de octubre de 2006, Dictamen que literalmente transcrito dice:

Expediente GS 21/06 ERCORECA/AMEZOLA-ETXEBARRI

PLENO:

Ilmos. Sres:

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

Vitoria-Gasteiz, a 24 de octubre de 2006.

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 ERCORECA,S.A., 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 de la Comarca de Ibaizabal en general ni al del municipio de Etxebarri en particular.

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, 24 de octubre de 2006

**AUZITEGIAREN IDAZKARIA
EL SECRETARIO DEL TRIBUNAL**

Firmado: Joseba Andoni Bikandi Arana

**Ilmo. Sr. D. José 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 21/06
ERCORECA/AMEZOLA-ETXEBARRI)

SOLICITANTE: ERCORECA, S.A.

OBJETO: Solicitud de implantación de un gran establecimiento comercial en el término municipal de Etxebarri (Bizkaia).

I. ANTECEDENTES.

1. El día 28 de septiembre de 2006 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 Grandes Establecimientos Comerciales en el municipio de Etxebarri (Bizkaia) por parte de ERCORECA, S. A. 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. OBJETO DEL INFORME .MARCO LEGAL.

4. Con la Ley 7/2000 de 10 de noviembre de modificación de la Ley 7/1994 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 (artículo 13,7º de la Ley 7/2000 de la Actividad Comercial).

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 implantación 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 58/2001, de 27 de marzo, sobre implantación, modificación y ampliación de grandes establecimientos comerciales.

7. El Decreto 58/2001, sobre implantación, modificación y ampliación de grandes establecimientos comerciales, de desarrollo del artículo 13º de la Ley 7/1994, de la Actividad Comercial (modificado por Ley 7/2000) 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 m², la modificación de éstos o la ampliación que alcance o supere dicha superficie. El proyecto de establecimiento para el que ERCORECA, S.A. solicita autorización para su implantación consta de una superficie de venta de quinientos treinta y cuatro metros cuadrados (534,00 m²).

III. INFORMACIÓN RELATIVA AL SOLICITANTE.

8. La empresa ERCORECA S.A. se encuentra domiciliada en el Polígono Industrial Erletxe, 152 Nave 3 letra D, 48960 Galdakao (Bizkaia) con C.I.F. A 48092985, con representante legal German Domínguez Alvaro con D.N.I. 14.559.784-M con domicilio a efectos de notificaciones el mismo, teléfono 94 457 12 50, fax 944571260 e e-mail german@ercoreca.com.

IV. INFORMACIÓN RELATIVA AL PROYECTO.

9. El proyecto para el que ERCORECA, S.A. solicita licencia consiste en la implantación de un establecimiento destinado a supermercado bajo el nombre comercial Supermercado Ercoreca-Ercoreca Supermerkatuak en el municipio de Etxebarri, Barrio Amézola (Bizkaia).

IV.1. Características.

10 El establecimiento comercial para el que se solicita licencia para su implantación se encuentra en un edificio de nueva construcción del que se ocuparán la totalidad de sus bajos para actividad comercial. La superficie construida total del local es de 741,00 metros cuadrados siendo la superficie de venta de 534,00 m² y 207,00 m² la superficie correspondiente a almacén, servicios y demás dependencias. No cuenta con aparcamiento.

El régimen de tenencia del establecimiento es de alquiler.

IV.2. Oferta de bienes.

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

- | | | |
|---------------------------|---------|-----------------------|
| • Alimentación | 38,00 % | Superficie de ventas. |
| • Perfumería/Higiene..... | 7,00 % | “ |
| • Droguería y Hogar | 12,00 % | “ |
| • Lácteos..... | 3,00 % | “ |
| • Congelados | 3,00 % | “ |

- Frutas y verduras12,00 % “
- Charcutería.....7,00 % “
- Carnicería.....8,00 % “
- Pescadería5,00 % “
- Panadería/Repostería5,00 % “

IV.3. Importe de la inversión.

12. El coste total de la inversión estimada en el proyecto es de 600.000,00 € destinado a las reformas y acondicionamiento del local.

IV.4. Creación de empleo.

13. La previsión de plantilla de 18 personas para el primer ejercicio se desglosa de la forma siguiente:

- Encargados de establecimiento.....2.
- Dependientes secciones8.
- Cajer@s6.
- Reponedores de tienda.....2.

Durante el segundo ejercicio seguirá siendo de 18 personas y en el tercer ejercicio se incrementará positivamente a 21 personas, una persona más en dependientes, cajer@s y reponedores.

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 teórica del local se considera el Área funcional comercial de la Comarca Ibaizabal que cuenta con una población total de 92.627 personas. El municipio de Etxebarri cuenta con 7.657 habitantes. Los parámetros de superficie asignados para la Comarca de Ibaizabal para el tramo de superficie de 400 a 999 m² resulta así: m² totales, 14.713 m²; m² ocupados, 6.559; m² asignados, 646; m² libres, 7.508.

El nuevo establecimiento cuenta con una superficie total de 534,00 m², lo que supone sobre el total de m² ocupados un 8,14 %.

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 promotor aporta información basada en fuentes internas y directorios.

19. El número de establecimientos polivalentes de alimentación y droguería en el área de influencia de Etxebarri es de tan sólo uno en el tramo 400-999 m²: Supermercado Celdis (Grupo Sup. Ceal S.A.) de 400 m² de superficie de ventas y uno de menos de 400 m²: Supermercados Celdis de 325 m².

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, ERCORECA, S.A, no ha realizado un estudio de mercado. No señala el número de familias resultante del número de habitantes. No señala el gasto comercializable medio en alimentación por familia ni el gasto comercializable medio en no alimentación por familia ni el mercado potencial de alimentación en M Euros.

VI. EFECTOS ESTIMADOS SOBRE LA COMPETENCIA.

23. La presencia de Supermercados Ercoreca en el área de influencia señalado tendrá un efecto positivo. El número de establecimientos polivalentes de alimentación y droguería en el área de influencia señalada es de uno de su mismo tramo (400-999 m²) y uno de menos de 400 m².

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 Ercoreca Supermerkatuak aporta una nueva oferta al mercado de referencia en el tramo de los establecimientos supermercados de superficie comprendida entre los 400 y 999 m².

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 ampliación del proyecto comercial de gran superficie que obra en el expediente en nombre de la empresa ERCORECA, S.A., 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 de la Comarca de Ibaizabal en general y al del municipio de Etxebarri en particular.

Gasteiz, 24 de octubre de 2006

**Vicepresidente
Javier Berasategi Torices**

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

**Vocal-Secretario por vacante.
Joseba Andoni Bikandi Arana**