

En el expediente GS 19/06, seguido ante este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia, se ha emitido con fecha 15 de Noviembre de 2006, Dictamen que literalmente transcrito dice:

Expediente GS 19/06 EROSKI / BALMASEDA

PLENO:

Ilmos. Sres:

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

Estudiada la información aportada en la solicitud de autorización formulada por S.COOP. EROSKI para la implantación de una gran superficie sita en el municipio de Balmaceda, el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia concluye que la implantación solicitada tendrá efectos restrictivos sobre la libre competencia en el mercado afectado y propone las siguientes medidas conservatorias de la competencia:

- 1. Ampliación de las superficies de venta totales máximas en las categorías de 1500 a 2499 metros cuadrados y más de 2499 metros cuadrados en la comarca de las Encartaciones, para posibilitar la entrada de nuevos competidores.**
- 2. Subsidiariamente, la suspensión de la tramitación de la solicitud presentada por EROSKI y la apertura de un plazo razonable (3 meses) en el que otras enseñas podrían indicar su disposición formal (comprobable mediante la exigencia de un estudio de viabilidad y/o plan de implantación) a implantarse en la categorías de 1500 a 2499 metros cuadrados en las Encartaciones. Si en dicho plazo inicial surgiesen candidatos a implantarse, el Departamento podría ampliar la suspensión durante un periodo de tiempo razonable en el que los candidatos podrían solicitar una licencia de gran superficie, en ausencia de la cual se procedería a otorgar la licencia solicitada por EROSKI.**
- 3. En su defecto, el rechazo de la solicitud presentada por EROSKI por implicar una restricción de la competencia contraria al interés público.**

Vitoria-Gasteiz, a 15 de Noviembre de 2006

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, 15 de Noviembre 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 19/06
EROSKI / BALMASEDA)

SOLICITANTE: EROSKI, S.COOP.

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

ANTECEDENTES

1. El día 15 de Septiembre 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 Implantación de Grandes Establecimientos Comerciales en el municipio de Balmaseda (Bizkaia) por parte de EROSKI S. COOP. 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 TVDC con el fin de que emita el correspondiente dictamen, fue designado Ponente el Vicepresidente 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

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

defensa de la competencia”. El objeto del presente informe consiste por lo tanto en valorar los efectos sobre la libre competencia derivados de la implantación del establecimiento cuya autorización se solicita.

EL MERCADO RELEVANTE

8. La delimitación del mercado de producto relevante y su extensión geográfica (área de influencia) es uno de los aspectos destacados que deben abordarse en cualquier análisis relacionado con los efectos sobre la competencia derivados de la implantación de un centro comercial.

Mercado de producto

9. El Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) ha concluido en diversos asuntos que el mercado de producto relevante es 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 y los autoservicios, incluyéndose en estas dos últimas tipologías las tiendas de descuento).² Asimismo, el TVDC considera necesario hacer una distinción entre los establecimientos que pueden satisfacer la demanda espaciada en el tiempo de una cesta completa y variada de productos y aquellos establecimientos que por su pequeño tamaño (>400 metros cuadrados) son utilizados para compras específicas o de emergencia o por aquellos consumidores que tienen dificultades de desplazamiento. Por ello, el TVDC considera razonable definir el mercado de producto como la distribución minorista de productos alimentarios y artículos del hogar no alimentarios de consumo corriente ofrecidos en libre servicio de más de 400 metros cuadrados de superficie total de ventas.
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, u 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.

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

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

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. El TVDC considera necesario reiterar al Departamento de Industria, Comercio y Turismo la necesidad de recabar información suficiente sobre el mercado de aprovisionamiento de parte del solicitante de la licencia.

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 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 comarca de Encartaciones en virtud de su situación geográfica aislada.⁴

EFFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA.

16. Según la información presentada por el solicitante, el supermercado objeto de este informe tendrá una superficie total de 2000 metros cuadrados, siendo la superficie de venta de 1500 metros cuadrados. La apertura del mismo está prevista en Marzo de 2010.
17. En las Encartaciones, Eroski disfruta de una posición de liderazgo gracias a su centro MAXI Eroski de Zalla (2500 metros cuadrados) y su supermercado de Balmaseda (802 metros cuadrados). Las enseñas La Kompra y Lauko disponen de un supermercado de 500 metros cuadrados cada una en Karrantza y Zalla respectivamente. Asimismo, DIA dispone de un supermercado en Zalla de 545 metros cuadrados.⁵

⁴ El “Estudio de Mercado para la apertura de un nuevo Eroski Center en Balmaseda” (IKEI) presentado por el Solicitante afirma que “en términos de localización geográfica, la comarca de las Encartaciones mantiene cierto aislamiento respecto a los principales núcleos poblacionales y ejes de comunicación del territorio, que obliga a desplazamientos importantes para la realización de compras: el enclave comercial más próximo, Bilbao, se sitúa a 28 minutos de desplazamiento en coche de Balmaseda. (pp. 6-7)

⁵ El “Estudio de Mercado para la apertura de un nuevo Eroski Center en Balmaseda” (IKEI) presentado por el Solicitante detalla la existencia de 11 establecimientos de superficie total de ventas

18. Si se aprobase la instalación del supermercado objeto de este informe, la cuota de mercado de Eroski aumentaría de un 68% a un 75%, reforzando más aun su posición de indiscutible liderazgo en las Encartaciones.
19. En principio, el crecimiento orgánico de una empresa implica un aumento de la oferta y del bienestar del consumidor. Desde esta perspectiva, la implantación de una superficie tendría efectos positivos sobre la competencia existente en las Encartaciones.
20. No obstante, debe tenerse en cuenta que en ciertas ocasiones el aumento de capacidad 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 restringe la 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.
21. En el caso que nos ocupa, la legislación vasca establece una dotación de superficie máxima por comarca para los distintos tipos de establecimientos. Por otra parte, el propio Informe del solicitante confirma que la apertura del nuevo establecimiento agotará los metros cuadrados disponibles en la categoría de 1000 a 2499 metros cuadrados⁶. Ello tendrá como consecuencia que Eroski será la única enseña presente en las categorías de 1000 a 2499 metros cuadrados y de más de 2499 metros cuadrados y, más importante si cabe, que los competidores no podrán entrar en dichas categorías a causa de las restricciones legales a la implantación de grandes superficies.
22. Por todo lo señalado anteriormente, el TVDC emite el siguiente:

inferior a los 400 metros cuadrados, de los cuales 10 pertenecen a tres enseñas competidoras de Eroski (Dia, La Compra y Coviran). (Anexo I). Estos establecimientos quedarían fuera de la definición de mercado propuesta por el TVDC.

⁶ El “Estudio de Mercado para la apertura de un nuevo Eroski Center en Balmaceda” (IKEI), afirma en su Cuadro 4.1 que existe una superficie libre de 2071 metros cuadrados que, una vez descontados los 1500 metros cuadrados ocupados por el nuevo establecimiento, quedarían en 571 metros cuadrados.

DICTAMEN

Estudiada la información aportada en la solicitud de autorización formulada por S.COOP. EROSKI para la implantación de una gran superficie sita en el municipio de Balmaseda, el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia concluye que la implantación solicitada tendrá efectos restrictivos sobre la libre competencia en el mercado afectado y propone las siguientes medidas conservatorias de la competencia:

1. Ampliación de las superficies de venta totales máximas en las categorías de 1500 a 2499 metros cuadrados y más de 2499 metros cuadrados en la comarca de las Encartaciones, para posibilitar la entrada de nuevos competidores.
2. Subsidiariamente, la suspensión de la tramitación de la solicitud presentada por EROSKI y la apertura de un plazo razonable (por ejemplo, 3 meses) en el que otras enseñas podrían indicar su intención formal de implantar establecimientos en la categoría de 1500 a 2499 metros cuadrados en las Encartaciones (comprobable mediante la exigencia de un estudio de viabilidad y/o un plan de implantación). Si en dicho plazo inicial surgiesen candidatos a implantarse, el Departamento podría ampliar la suspensión durante un periodo de tiempo razonable (por ejemplo, 6 meses) en el que los candidatos podrían solicitar una licencia de gran superficie. En ausencia de candidatos a implantarse o de solicitudes de apertura de gran superficie, se procedería a otorgar la licencia solicitada por EROSKI.
3. En defecto de las soluciones 1 o 2, el rechazo de la solicitud presentada por EROSKI por implicar una restricción de la competencia contraria al interés público.

Vitoria-Gasteiz, a 15 de Noviembre de 2006

Vicepresidente. Ponente.
Javier Berasategi Torices

Presidente/Lehendakari
Juan Luís Crucelegui Gárate

Vocal-Secretario por vacante
Joseba Andoni Bikandi Arana