

En el expediente GS 24/06, seguido ante este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia, se ha dictado con fecha 23 de febrero de 2007, Dictamen que literalmente transcrito dice:

Expediente GS 24/06 EROSKI/ORIO-MUNTO

PLENO:

Ilmos. Sres:

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

Vitoria-Gasteiz, a 23 de febrero de 2007.

**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 EROSKI S.COOP., 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 Donostialdea en general, ni al del municipio de Orío, en particular. No obstante y sin perjuicio de la existencia de espacio disponible, la enseña Eroski/Center (1000-2499 m<sup>2</sup>) ocupa una posición muy importante en el mercado de distribución de alimentos e higiene, por lo que este Tribunal considera necesario mantener un seguimiento de la situación competitiva en el mercado relevante.**

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 febrero 2007

**AUZITEGIAREN IDAZKARIA  
EL SECRETARIO DEL TRIBUNAL**

**Firmado: Joseba Andoni Bikandi Arana**

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 24/06  
EROSKI/ORIO-MUNTO)

SOLICITANTE: EROSKI, S. COOP.

OBJETO: Solicitud para la implantación de un gran establecimiento comercial en el término municipal de Orio, Sector 8 Munto (Gipuzkoa).

## **I. ANTECEDENTES.**

1. El día 14 de diciembre 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 Orio, Sector 8 Munto, Gipuzkoa, por parte de EROSKI. S.COOP. El escrito y la documentación que lo acompaña, se cursa en cumplimiento de lo establecido en el artículo 13,7º 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.
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. 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 implantación del establecimiento cuya autorización se solicita.

8. 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 244/2006, de 28 de noviembre, de modificación del Decreto 58/2001, de 27 de marzo, sobre implantación, modificación y ampliación de grandes establecimientos comerciales.
9. El Decreto 244/2006, de 28 de noviembre, de modificación del 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 m<sup>2</sup>, la modificación de éstos o la ampliación que alcance o supere dicha superficie. El proyecto de establecimiento para el que EROSKI S. COOP. solicita autorización para su implantación consta de una superficie de venta de mil ocho metros cuadrados (1.008 m<sup>2</sup>).

### **III. INFORMACIÓN RELATIVA AL SOLICITANTE.**

10. La empresa EROSKI S. COOP. dedicada a la distribución de productos de gran consumo se encuentra domiciliada en Barrio San Agustín s/n 48230 Elorrio (Bizkaia) con C.I.F. F-20033361, con representante legal Jon Etxebarria Gartzia con D.N.I. 72439979 F con domicilio a efectos de notificaciones en Plazaola Kalea 8,4º,B 20230 Legazpi , teléfono 696496291 y e-mail s2261@eroski.es

### **IV. INFORMACIÓN RELATIVA AL PROYECTO.**

11. El proyecto para el que EROSKI S. COOP. solicita licencia consiste en la implantación de un establecimiento destinado a supermercado bajo el nombre comercial de Eroski/Center Orio, en el municipio de Orio, Sector 8 Munto (Gipuzkoa)

#### **IV.1. Características.**

12. El establecimiento comercial para el que se solicita licencia para su implantación se encuentra en un edificio de nueva construcción calificado como residencial con posibilidad de terciario comercial y que no está destinado de forma exclusiva a desempeñar la actividad comercial. Se encuentra localizado dentro del núcleo urbano. La superficie construida total del local es de 1450,00 metros cuadrados siendo la superficie de venta de 1008,00 m<sup>2</sup>. Cuenta con un aparcamiento, en la

planta sótano, de treinta y ocho (38) plazas, con un total de 1141 m<sup>2</sup> de superficie que se completan con 200 plazas públicas existentes en el exterior.

El régimen de tenencia del establecimiento es de alquiler por Eroski S. Coop.

13. El calendario de ejecución del proyecto es el siguiente:

Tramitación de Licencia .....Noviembre 2006.  
Licencia de Actividad..... Abril 2008.  
Ejecución obras..... Julio 2008.  
Apertura ..... Febrero 2009.

14. A juicio de esta Tribunal sería deseable que los calendarios de ejecución de los proyectos de grandes superficies comerciales se adecuaran a periodos razonables en cada una de sus fases de desarrollo de tal forma que no abarquen periodos de tiempo más amplios de lo habitualmente razonable en estos casos.

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

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

- Alimentación.....	90,00 %	Superficie de ventas.
- Perfumería/Higiene.....	4,00 %	“
- Bazar.....	5,00 %	“
- Otros.....	1,00%	“

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

16. El coste total de la inversión estimada en el proyecto es de 1.510.755,00 Euros destinado al acondicionamiento del establecimiento que se realizará mediante fondos propios. El alquiler anual del establecimiento será de 127.000,00 euros.

#### **IV.4. Creación de empleo.**

17. La previsión de plantilla de 25 personas para el primer ejercicio se desglosa de la forma siguiente:

- Socios jornada completa .....	7.
- “ “ reducida.....	12.
- “ media jornada.....	2.
- Eventuales media jornada .....	2.

La composición de la plantilla en años posteriores dependerá de la marcha de la explotación.

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

18. 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.
19. 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.**

20. En los informes relativos a grandes superficies, el TDC limita el mercado geográfico relevante en función de las isocronas. 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 se considerará como mercado geográfico afectado la comarca de Donostialdea.
22. El área de influencia teórica del local se considera el Área funcional comercial de la Comarca de Donostialdea que cuenta con una población total de 315.819 personas, el 47% de la población del conjunto del Territorio Histórico de Gipuzkoa. El municipio de Orío cuenta con 4.421 habitantes. En la Comarca de Donostialdea existen un total de 142 establecimientos polivalentes de alimentación y droguería, con una superficie de ventas total de 97.467 m<sup>2</sup>. De éstos, un total de 58 y 81.559 m<sup>2</sup> son considerados grandes equipamientos comerciales. Los establecimientos con superficie entre los 1000 y 2499 m<sup>2</sup> alcanzan un total de 16.360 m<sup>2</sup> de sala de ventas, el 16,8% de la superficie comercial total.

23. . El nuevo establecimiento cuenta con una superficie total de 1.008,00 m<sup>2</sup>, lo que supone sobre el total de m<sup>2</sup> ocupados un 8,14 %.

## **V.2 Oferta comercial existente.**

24. 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.
25. El promotor aporta información basada en fuentes propias y directorios externos Directorio Actualidad del 2005 y Alimarket 2006.
26. El número de establecimientos polivalentes de alimentación y droguería en el área de influencia de Donostialdea es de once (11) en el tramo 1.000 a 2.499 m<sup>2</sup>: cinco (5) Eroski center con 7.415 m<sup>2</sup>, un 50,73%; tres (3) Uvesco con 4145 m<sup>2</sup>, un 28,28%; uno (1) Eko con 1.600 m<sup>2</sup>; un (1) Michelin con 1.050 m<sup>2</sup> y un (1) Sabeco con 2.150 m<sup>2</sup>.
27. En el municipio de Orío no existe ningún establecimiento incluido en el tramo que nos ocupa. Existen cuatro (4) establecimientos con una superficie total de 671 m<sup>2</sup>. En Donosti que limita con Orío existen cinco (5) establecimientos en este tramo siendo tres (3) Eroski center con 4.859 m<sup>2</sup>, un 68,83%; un (1) Eko con 1600 m<sup>2</sup>, un 22,67% y uno (1) Uvesco con 1.100 m<sup>2</sup>. En Usurbil, que también limita con Orío existen tres (3) establecimientos con una superficie de 10.515 m<sup>2</sup>, debido a la presencia del hipermercado de Eroski de Urbil

Los establecimientos supermercados totales en el municipio de Donostia son 76, con una superficie de sala de ventas total de 43.500 m<sup>2</sup>.

Respecto al grado de saturación comercial de la Comarca de Donostialdea para establecimientos del tramo 1000-2499 m<sup>2</sup> es de 13% ó 0,070 m<sup>2</sup>/hab. Existen disponibles 9.874 m<sup>2</sup> en Donostialdea y 5.458 en Donostia.

28. Es incuestionable que el solicitante ocupa una posición importante en el mercado de distribución de artículos de alimentación e higiene, sin perjuicio de la existencia de espacio disponible para grandes superficies, por lo que se considera necesario realizar un seguimiento de la situación competitiva en el mercado relevante.

## **V.3. Características de la demanda.**

29. 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.

30. 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.
31. 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.
32. El promotor, Eroski S. Coop. ha realizado un estudio de mercado. La población comarcal asciende a 315.809 habitantes que suponen un 47% de la población del conjunto del Territorio Histórico de Gipuzkoa. Orio cuenta con 4.421 habitantes y 1.580 familias con un tamaño medio de 2,8 miembros por familia y por su especial ubicación lejos de los principales puntos comerciales hacen del mismo un enclave favorable a una implantación de este tipo. Donostia supone la centralidad de la Comarca y cabecera comarcal.
33. La capacidad de gasto en la Comarca de Donostialdea (1.574,96 euros/persona/año) se eleva a 497 millones de euros, concentrándose en Donostia un gasto total de 281 millones de euros, un 56,5% del gasto total. El gasto realizado en Orio en productos de alimentación y droguería se eleva a 7 millones de euros anuales, el 1,4% del total del área.

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

34. La presencia de Eroski/Center Orio en el área de influencia señalado tendrá un efecto positivo tanto desde el punto de vista de la demanda como del de la oferta. Desde el punto de vista de la oferta, para Orio jugará un papel de supermercado de proximidad que además podrá captar compradores del entorno. Desde la demanda favorecerá a los residentes de Orio y Aia en primer término.

35. 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 Eroski/Center Orio aporta una nueva oferta al mercado de referencia en el tramo de los establecimientos supermercados de superficie comprendida entre los 1.000 y 2.499 m<sup>2</sup>.
36. 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 del proyecto comercial de gran superficie que obra en el expediente en nombre de la empresa EROSKI S.COOP, 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 Donostialdea en general y ni al del municipio de Orio, en particular. No obstante y sin perjuicio de la existencia de espacio disponible, la enseña Eroski/Center (1000-2499 m<sup>2</sup>) ocupa una posición muy importante en el mercado de distribución de alimentos e higiene, por lo que este Tribunal considera necesario mantener un seguimiento de la situación competitiva en el mercado relevante.**

Gasteiz, 23de febrero de 2007

**Vicepresidente**

**Javier Berasategi Torices**

**Presidente. Ponente**

**Juan Luis Crucelegui Gárate**

**Vocal. Secretario por vacante.**

**Joseba Andoni Bikandi Arana**