

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

**INFORME**

Expediente de GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES (GS 04/06  
EROSKI / ZARAUTZ)

SOLICITANTE: EROSKI, S.COOP.

OBJETO: Solicitud de autorización para la ampliación de una gran superficie comercial en el término municipal de Zarautz (Gipuzkoa).

## **ANTECEDENTES**

1. El día 6 de abril de 2006 tuvo entrada en el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia 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 Zarautz (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, apartado 7º de la Ley 7/1994 de la Actividad Comercial (Ley 7/1994).<sup>1</sup>.
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 el Vocal 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 defensa de la competencia”. El objeto del presente informe consiste por lo tanto

---

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

en valorar los efectos sobre la libre competencia derivados de la ampliación del establecimiento cuya autorización se solicita.

## **EL MERCADO RELEVANTE**

8. 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 derivados de la implantación o ampliación de un centro comercial.

### **Mercado de producto de referencia**

9. El Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) ha concluido en diversos asuntos que el mercado se define como la distribución al por menor de productos alimentarios y artículos del hogar no alimentarios de consumo corriente ofrecidos en librería (incluye los hipermercados, los supermercados, los autoservicios, incluyéndose en estas dos últimas tipologías las tiendas de descuento).<sup>2</sup>
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.”<sup>3</sup>
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, o a 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.
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.

### **Mercado geográfico relevante**

13. En los informes relativos a grandes superficies, el TDC limita el mercado geográfico relevante en función de las isocronas.

---

<sup>2</sup> Informe C52/00 Carrefour/Promodès. Informe C64/01 Pío Coronado/Cemetro. Informe C 70/02 Caprabo/Enaco.

<sup>3</sup> Informe C92/05 Dinosol/Mercacentro, página 11.

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 población de Zarautz y, como alternativa más flexible, la comarca de Urola Costa.

### **EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA.**

16. Según la información presentada por el solicitante, el hipermercado cuya ampliación es objeto de análisis tiene actualmente una superficie de ventas de 3386 m<sup>2</sup> y el proyecto de ampliación pretende elevarla a 5427 m<sup>2</sup>.
17. En principio, todo aumento de capacidad implica un aumento de la competencia y del bienestar del consumidor. Desde esta perspectiva, la solicitud de ampliación tendría efectos positivos sobre la competencia existente en Zarautz y los municipios cercanos. 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 impone un máximo de 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.
18. En el caso que nos ocupa, la legislación vasca establece una dotación de superficie máxima por comarca para los distintos tipos de establecimientos, incluidos los hipermercados (> 2499 m<sup>2</sup>).
19. Según la información facilitada por el solicitante, la superficie máxima de hipermercados permitida en la comarca afectada es de 11528m<sup>2</sup> y, de aprobarse la solicitud de ampliación, la superficie ocupada sería de 7927 m<sup>2</sup>. Sin embargo, debe señalarse que la superficie actual ocupada está en manos de la sociedad solicitante, que es la única empresa con hipermercados operativos o autorizados en la comarca.
20. Por ello, si bien este tribunal no se opone a la ampliación de capacidad solicitada, sí considera necesario llamar la atención del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco sobre los efectos disuasorios que esta ampliación de capacidad puede tener respecto a la futura entrada de competidores en el segmento de hipermercados, que podría constituir un submercado diferenciado en atención al tipo de compra que se realiza en ellos

(desplazamiento en coche para realizar una compra completa con una frecuencia semanal o superior).

21. 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 formulada por S.COOP. EROSKI para la ampliación de una gran superficie sita en el municipio de Zarautz, el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia concluye que la ampliación solicitada no tiene efectos restrictivos sobre la libre competencia en el mercado afectado.**

Vitoria-Gasteiz, a 26 de abril de 2.006

Presidente  
Juan Luis Crucelegui Gárate

Vicepresidente  
Javier Berasategi Torices

Vocal  
Joseba Andoni Bikandi Arana