



En el expediente GS 21/07, seguido ante este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia, se ha dictado con fecha 16 de noviembre de 2007, Dictamen que literalmente transcrito dice:

Expediente GS 21/07 C&A MODAS, S.L./ MEGAPARK-BARAKALDO

PLENO:

Ilmos. Sres:

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

Vitoria-Gasteiz, a 16 de noviembre de 2007.

Estudiada la información aportada en la solicitud de autorización para la implantación de un establecimiento comercial en el Parque Comercial Megapark, de Barakaldo (Bizkaia), por parte de la empresa C&A MODAS, 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 IV Ezkeraldea.

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, 16 de noviembre 2007

**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 21/07
C&A MODAS, S.L./MEGAPARK-BARAKALDO

SOLICITANTE: C&A MODAS, S.L.

OBJETO: Solicitud para la implantación de un establecimiento comercial en el
Parque Comercial MEGAPARK, de Barakaldo (Bizkaia).



I. ANTECEDENTES.

1. El día 15 de octubre de 2007 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 un establecimiento comercial en el Parque Comercial Megapark, de Barakaldo (Bizkaia), por parte de C&A MODAS, 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. Joseba Andoni Bikandi Arana.
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. C&A es una sociedad anónima y compañía, sociedad en comandita transformada en sociedad de responsabilidad limitada con domicilio social en Avenida de la Industria 17, 28108 Alcobendas (Madrid) con C.I.F. B-28757730, con representante legal Iñigo Hidalgo Eguiagaray con D.N.I. 50800579-L con domicilio a efectos de notificaciones el mismo y con teléfono y fax 91 6630076- 91 6630013.

IV. INFORMACIÓN RELATIVA AL PROYECTO.

9. El proyecto para el que C&A MODAS S.L. solicita licencia consiste en la implantación de un establecimiento comercial destinado a la venta de artículos de confección textil, calzado y complementos bajo el nombre comercial C&A en el Parque Comercial Megapark, de Barakaldo (Bizkaia).

IV.1. Características.

10. El establecimiento comercial para el que se solicita licencia para su implantación se ubicará en el Parque Comercial Megapark situado en la parcela 1ª, siendo el uso actual del edificio exclusivamente comercial y no habiéndose ejercido actividad comercial con anterioridad. El proyecto está ubicado dentro del núcleo urbano de Barakaldo. Cuenta con aparcamiento descubierto de 7.500 plazas pertenecientes a Megapark.

El establecimiento comercial ocupará una superficie total construida de 1.583,80 m², siendo la superficie de venta de 1.297,33 m²

El régimen de tenencia del establecimiento es en arrendamiento por C&A MODAS, 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 la colección de C & A para señora, caballero, joven y complementos varios.

IV.3. Importe de la inversión.

12. El acondicionamiento del establecimiento supondrá una inversión de 1.218.000 Euros que será financiada con fondos propios.



IV.4. Creación de empleo.

13. Se prevé la creación de un total de veintitrés (23) puestos de trabajo.

IV. 5. Ejecución del proyecto.

14. El calendario de ejecución del proyecto es el siguiente: tras la concesión de las licencias correspondientes el plan de obra tendrá una duración de 103 días.

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 IV que cuenta con una población total de 256.383 personas. El municipio de Barakaldo cuenta con 91.704, Portugalete, el segundo municipio más importante con 48.719 habitantes y seguido de Santurtzi con 46.113 y Sestao con 29.740.

V.2 Mercado de producto de referencia

18. Los centros comerciales C&A ofrecen una variada gama de productos relacionados con la moda, los complementos y 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, la Comisión Nacional de la Competencia 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 de la margen izquierda y el gran Bilbao, 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 siete (7) de más de 400 m² y de nueve (9) de menos de esa superficie, con un total de superficie ocupada en esta gama de superficies especializadas de 12.391,46- m² siendo el límite total admitido para la Comarca de 25.638,3 m².
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 m²/habitante.

C&A MODAS, S.L. tendrá el primer establecimiento comercial en el Territorio de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

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, C&A MODAS, S.L., ha aportado un estudio de mercado en el que se concluye que el gasto total en textil, calzado y complementos el año 2005 fue de 222 millones de euros. El gasto medio de cada habitante en textil, calzado y complementos fue en el 2002 de 630 euros, siendo superior a la media del Estado situada en 562 Euros.

IV. EFECTOS ESTIMADOS SOBRE LA COMPETENCIA.

28. C & A planea abrir su primer centro comercial en Euskadi con una superficie de ventas de 1.297,33 metros cuadrados destinados a venta de textil, calzado y complementos.



29. Este centro entrará en competencia con todos los establecimientos de moda presentes en la margen izquierda y el gran Bilbao (Zara, H&M, Cortefiel, Corte Inglés, Kiabi, Toys r us, etc.)
30. En vista de todo ello, la presencia de C & A contribuirá a aumentar la oferta comercial y la competencia en la margen izquierda y el Gran Bilbao.
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 implantación de un establecimiento comercial en el Parque Comercial Megapark, de Barakaldo (Bizkaia), por parte de la empresa C&A MODAS, 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 IV Ezkeraldea.

Gasteiz, 16 de Noviembre de 2007

**Vicepresidente.
Javier Berasategi Torices**

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

**Vocal/ Ponente
Joseba Andoni Bikandi Arana**

**Secretario
Jose Antonio Sangróniz Otaegi**