



En el expediente GS 18/08 KING JOUET ESPAÑA, S.A. en C.C. MEGAPARK (BARAKALDO), seguido ante este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia, se ha emitido, con fecha 25 de noviembre de 2008, dictamen cuya copia se adjunta para los efectos que se tengan por oportunos:

Vitoria-Gasteiz, 25 de noviembre de 2008

**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 18/08  
KING JOUET ESPAÑA, S.A. / BARAKALDO (BIZKAIA)).

SOLICITANTE: KING JOUET ESPAÑA, S.A.

OBJETO: Solicitud para la implantación de un establecimiento comercial en el  
Centro Comercial MEGAPARK, Local 4A en Barakaldo, (Bizkaia).



## I. ANTECEDENTES.

1. El día 2 de octubre de 2008 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 especializado en juegos, juguetes y artículos de puericultura radicado en el municipio de Barakaldo (Bizkaia), Centro Comercial Megapark – Local 4A. El escrito y la documentación que lo acompaña, se cursa en cumplimiento de lo establecido en el Decreto 58/2001, de 27 de marzo, modificado por Decreto 244/2006, de 28 de noviembre.
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. 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 implantación del establecimiento cuya autorización se solicita.

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

8. KING JOUET ESPAÑA, S.A. es una sociedad anónima con C.i.f. A-63401475, con representante legal VINCENT RAVAT con N.I.E. X-5621520-NK, con domicilio a efectos de notificaciones en Polígono Comercial El Manar, local 2 (MASSALFASSAR) 46560 VALENCIA y Tel/Fax 96 351 48 58 y 96 310 01 21.

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

9. El proyecto para el que KING JOUET ESPAÑA, S.A. solicita licencia consiste en la implantación de un establecimiento comercial de juegos, juguetes y artículos de puericultura radicado en el municipio de Barakaldo (Bizkaia), Centro Comercial Megapark; Local 4A.

#### **IV.1. Características.**

10. El establecimiento comercial solicita la implantación de un establecimiento comercial de juegos, juguetes y artículos de puericultura radicado en el municipio de Barakaldo en el Centro Comercial Megapark, Local 4A.

El citado establecimiento comercial ocupará una superficie útil total de 1.964 m<sup>2</sup> siendo la superficie de venta de 1.297 m<sup>2</sup>. Este establecimiento comercial dispone de plazas de aparcamiento, ya que se ubica en un centro comercial dotado con 40 plazas compartidas en la planta baja y 145 plazas, también de uso compartido, en el sótano.

El régimen de tenencia del establecimiento es en arrendamiento por KING JOUET ESPAÑA, S.A.



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

11. La distribución de la oferta comercial del conjunto del proyecto es el juguete.

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

12. No se señala información sobre el coste total de la inversión.

#### **IV.4. Creación de empleo.**

13. Se prevé la creación de un total de 10 contratos anuales y 12 contratos temporales en navidad.

#### **IV. 5. Ejecución del proyecto.**

14. La ejecución del proyecto se desarrollará en las siguientes fases:
- Licencia municipal obras ..... En curso.
  - Ejecución obras ..... Mes y medio de obra.

#### **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 que cuenta con una población total de 1.240.062 personas (el número de niños en edades comprendidas entre 0 y 14 años asciende a 149.745, lo que supone un 12,07 % sobre la población total del área de influencia teórica). El municipio de Bilbao Distritos 1, 5, 6, 7 y 8 con 241.061 habitantes totales es el mayor de los del área de influencia.

### **V.2 Mercado de producto de referencia**

18. El establecimiento comercial de KING JOUET ESPAÑA, S.A. ofrece una variada gama de productos relacionados con juegos, juguetes y artículos de puericultura. Estas categorías de productos pueden constituir mercados de producto separados.

### **V.3. Mercado geográfico de referencia**

19. En los informes relativos a grandes superficies, el TDC 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 constituido por 2 zonas, sin perjuicio de que los efectos de la implantación de esta superficie se dejen sentir en un radio más amplio.
  - Zona 1: Municipio de Bilbao Distritos 1, 5, 6, 7 y 8 y sus inmediaciones, situados en el lado izquierdo del Río Nervión (hasta 15 minutos en coche).
  - Zona 2: Zona compuesta por la mayoría de los municipios de la provincia de Bizkaia, el municipio de Castro Urdiales (Cantabria), Amurrio (Alava) y los municipios de Eibar y Elgoibar pertenecientes a Gipuzkoa (entre 15 y 30 minutos en coche).



#### 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. En el área de influencia señalada existen, varios establecimientos especializados en esta misma oferta comercial. Esta solicitud de establecimiento alcanza, con un total de superficie ocupada en esta gama de superficies especializadas de 9.095,23 m<sup>2</sup> (72,4%) siendo el límite total admitido para la comarca de 12.563 m<sup>2</sup>.
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 para este equipamiento 0,049 m<sup>2</sup>/habitante (resto de superficies especializadas).

La enseña KING JOUET ESPAÑA, S.A. no posee ningún establecimiento en la Comarca mencionada.

#### 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 de este 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 KING JOUET ESPAÑA, S.A., ha aportado un estudio de mercado en el que se ha tenido en cuenta el número de familias, su tamaño, el gasto medio por persona y la capacidad de gasto del Área de influencia.

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

28. KING JOUET ESPAÑA, S.A.. planea abrir establecimiento comercial con una superficie de ventas de 1.297 m<sup>2</sup> destinados a la venta de juegos, juguetes y artículos de puericultura.
29. La presencia de esta enseña en el área de influencia señalado tendrá un efecto positivo porque con ello aumentará la oferta en este tipo de equipamiento y el servicio al consumidor.
30. 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.
31. 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 Centro Comercial MEGAPARK, Local 4A en Barakaldo (Bizkaia) por la empresa KING JOUET ESPAÑA, S.A., 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 Margen Izquierda / Ezkerraldea.**

Vitoria-Gasteiz, a 25 de noviembre de 2008.

**Presidente  
Javier Berasategi Torices**

**Vocal / Ponente  
Juan Luis Crucelegui Gárate**

**Vicepresidente  
Joseba Andoni Bikandi Arana**

**Secretario  
Jose Antonio Sangróniz Otaegi**