



En el expediente GS 08/08, seguido ante este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia, se ha dictado con fecha 23 de junio de 2008, Dictamen que literalmente transcrito dice:

Expediente GS 08/08 EROSKI, S. COOP-OTAOLA. / EIBAR

PLENO:

Ilmos. Sres:

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

### DICTAMEN

Estudiada la información aportada en la solicitud de autorización para la ampliación de un establecimiento comercial HIPER EROSKI en Avenida Otaola 3-5 de Eibar (Gipuzkoa), por parte 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 favorece las condiciones de la competencia en el mercado de la Comarca XIX Deba Behera/Bajo Deba. No obstante, este Tribunal considera que mientras las características y factores del mercado afectado no varíen en el futuro, no sería aconsejable que esta empresa tuviera una mayor presencia en establecimientos de alimentación y polivalentes, en esta Comarca, en las especialidades de más de 2.499 m<sup>2</sup> y de entre 1000 y 2499 m<sup>2</sup>.

Vitoria-Gasteiz, a 23 de junio de 2008.

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 junio 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 08/08  
EROSKI, S. COOP-OTAOLA/EIBAR)

SOLICITANTE: (EROSKI, S. COOP)

OBJETO: Solicitud para la ampliación de un establecimiento comercial en  
Avenida Otaola, 3-5, de Eibar (Gipuzkoa).



## I. ANTECEDENTES.

1. El día 12 de mayo 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 ampliación de un establecimiento comercial en Avenida Otaola, 3-5, de Eibar (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. Javier Berasategi Torices.
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. EROSKI es una sociedad cooperativa con domicilio social en Barrio San Agustín s/n 48230 Elorrio con N.I.F. F-20033361, con representante legal Manuel Diaz Cejudo con DNI 15932959-P con domicilio a efectos de notificaciones el mismo con teléfono y fax 94 6211246,94 6211247.

### IV. INFORMACIÓN RELATIVA AL PROYECTO.

9. El proyecto para el que EROSKI, S.COOP. solicita licencia consiste en la ampliación de un establecimiento comercial supermercado destinado a la venta de artículos de alimentación bajo el nombre comercial HIPERMERCADO EROSKI en Avenida Otaola 3-5, Eibar(Gipuzkoa).

#### IV.1. Características.

10. El establecimiento comercial para el que se solicita licencia para su ampliación se ubicará en un edificio con calificación urbanística uso terciario. El edificio está destinado exclusivamente a desempeñar la actividad comercial y actualmente se encuentra en funcionamiento un hiper de 2.806 m<sup>2</sup> de sala de ventas por lo que no se modifica la naturaleza de la actividad comercial anterior. El proyecto está ubicado dentro del núcleo urbano de Eibar. Contará con 370 plazas de aparcamiento cubierto en en dos plantas, sótano -1 y primera, y 137 plazas de aparcamiento descubierto en planta primera.

El nombre comercial del proyecto es HIPERMERCADO EROSKI. El establecimiento comercial ocupará una superficie total construida de 10.534,41 m<sup>2</sup>, siendo la superficie de venta de 6.261,00 m<sup>2</sup>.

El régimen de tenencia del establecimiento es de propiedad por EROSKI, S. COOP.

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

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

- Alimentación: ..... 60 % (Antes 64 %).
- Perfumería/Higiene ..... 12 % ( “ 15 %).
- Equipamiento del hogar ..... 10 % ( “ 8 %).
- Equipamiento de la persona ..... 12 % ( “ 6 %).
- Bricolage ..... 2 % ( “ 2 %).
- Otros ..... 4 % ( “ 5 %).



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

12. El promotor no señala ninguna información en relación con la inversión.

#### **IV.4. Creación de empleo.**

13. Con el proyecto anterior el número de empleos era de 70. Se prevé la creación de un total de ochenta y seis (86) puestos de trabajo de los cuales ochenta y tres en venta, dos (2) en almacén y uno (1) en Administración. Cuarenta y ocho (48) socios a jornada completa, treinta y cinco (35) socios a jornada reducida y tres (3) socios a media jornada.

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

14. El promotor señala el siguiente calendario de ejecución del proyecto a partir de la obtención de la licencia comercial, el plazo del proyecto se estima en 24 meses (apertura mediados 2.010).

#### **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 XIX Deba Beherea-Bajo Deba que cuenta con una población total de 68.758 personas. El municipio de Eibar, con 25.885 habitantes es el municipio más importante seguido de Ermua con 15.526, Elgoibar con 9.856 y Deba que cuenta con 4.926.

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

18. Los productos a comercializar son los propios de un supermercado, es decir, productos alimenticios de primera necesidad, droguería, perfumería y bazar.

### **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 XIX de Deba Behera/ Bajo Deba, 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 HIPER EROSKI resultante de la ampliación del MAXI EROSKI anterior es el único establecimiento de alimentación y polivalentes con superficie de más de 2.499 m<sup>2</sup> en el área de influencia señalada.
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 establecimientos con superficie de más de 2.499 m<sup>2</sup> de 0,141 m<sup>2</sup>/habitante.

La superficie máxima para establecimientos en este tramo y para esta Comarca es de 9.694,88 m<sup>2</sup>. Con esta nueva implantación la totalidad de m<sup>2</sup> ocupados asciende a 6.261,00 m<sup>2</sup> por lo que actualmente quedan libres 3.433,88 m<sup>2</sup>.

HIPER Eroski es la única enseña presente en la Comarca XIX en la superficie especializada de alimentación de más de 2.499 m<sup>2</sup> siendo su presencia en términos de superficie de ventas del 64,58%.

25. En la especialidad de establecimientos de alimentación y polivalentes de entre 400 y 999 m<sup>2</sup> la superficie ocupada es de 6.634,34 m<sup>2</sup> siendo la superficie máxima autorizada (coef 0,159) de 10.932,50 m<sup>2</sup> y la superficie libre restante de 4.298,16 m<sup>2</sup>. Dia con 2.805,77 m<sup>2</sup> representa el 42,29%, Eroski con 2.794 m<sup>2</sup> representa el 42,11%, Lidl con 611,57 m<sup>2</sup> el 9,21% y Uvesco BM con 423,00 m<sup>2</sup> el 6,3%.
26. En el tramo de establecimientos de entre 1000 y 2499 m<sup>2</sup> la superficie máxima autorizada de 6.875,80 m<sup>2</sup> (coef 0,100) se encuentra agotada estando presentes las siguientes enseñas: Eroski con 2.434,00 m<sup>2</sup> (39,48%), Corte Inglés con 1.795,00 m<sup>2</sup> (29,12%) y Uvesco con 1.945,00 m<sup>2</sup> (31,55%).

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

27. 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.
28. 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.

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

29. EROSKI, S. COOP. planea ampliar un establecimiento comercial con la enseña HIPER EROSKI en la Comarca XIX Deba Behera/ Bajo Deba en una superficie de ventas de 3.455,00 metros cuadrados destinados a venta de alimentación y polivalentes.
30. Este centro es el único establecimiento de alimentación de su tramo de superficie en la Comarca.
31. A pesar de ello, la presencia de HIPER EROSKI, contribuirá a aumentar la oferta comercial y la competencia en la Comarca.
32. 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.
33. 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 ampliación de un establecimiento comercial HIPER EROSKI en Avenida Otaola 3-5 de Eibar(Gipuzkoa), por parte 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 favorece las condiciones de la competencia en el mercado de la Comarca XIX Deba Behera/Bajo Deba. . No obstante, este Tribunal considera que mientras las características y factores del mercado afectado no varíen en el futuro, no sería aconsejable que esta empresa tuviera una mayor presencia en establecimientos de alimentación y polivalentes, en esta Comarca, en las especialidades de más de 2.499 m2 y de entre 1000 y 2499 m2.**

Gasteiz, 23 de Junio de 2008

**Presidente. Ponente.  
Javier Berasategi Torices**

**Vocal  
Juan Luis Crucelegui Gárate**

**Vicepresidente  
Joseba Andoni Bikandi Arana**

**Secretario  
Jose Antonio Sangróniz Otaegi**

