

**TRIBUNAL GALEGO DE DEFENSA
DA COMPETENCIA**

Estudio 26/2008 EI

**“ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN BÁSICA
REQUERIDA
PARA LA EMISIÓN DE LOS INFORMES PRECEPTIVOS
PARA LA CONCESIÓN DE LICENCIAS DE GRANDES
ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES”**

Aprobado por el Pleno del TGDC el 16 de diciembre de 2008

INDICE

- I. Consideración previa

- II. Introducción

- III. Información relevante para la emisión de los informes
 - 1. Sobre el solicitante
 - 2. Sobre el proyecto
 - 3. Sobre el mercado relevante
 - 4. Sobre la competencia actual existente en el mercado relevante
 - 5. Sobre la cuota de mercado
 - 6. Otra información

ANEXO

I. Consideración previa

El Pleno del Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia (TGDC) del 4 de noviembre de 2008 acordó la elaboración de un documento en el que se recogiera la información básica a proporcionar por los solicitantes de licencias para la apertura de Grandes Establecimientos Comerciales en Galicia, para la emisión del informe preceptivo que el citado Tribunal tiene que emitir al amparo del artículo 3.3 apartado f) de la Ley 6/2004, de 12 de julio, reguladora de los órganos de defensa de la competencia de la Comunidad Autónoma de Galicia.

El Pleno del TGDC encargó a su presidente, José Antonio Varela González, la realización del citado documento.

II.- Introducción

Hasta 1996, en España, el único requisito para la apertura de grandes superficies era la aprobación de las autoridades municipales. La Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio minorista, estableció la exigencia de una segunda licencia comercial específica de carácter autonómico (artículos 6 y 7), además de las autorizaciones municipales previas.

En la Ley 9/2003, de 23 de diciembre, de Medidas tributarias e administrativas para 2004, el artículo 16 modifica el artículo 7 de la Ley 10/1988, de 20 de julio, de Ordenación del Comercio Interior de Galicia, que queda redactado de la siguiente forma:

“La instalación, ampliación y traslado de grandes establecimientos comerciales estará sujeta a una licencia comercial específica, cuyo otorgamiento corresponde al consejero competente en materia de comercio interior”.

En aplicación de lo dispuesto en los artículos 6 y 7 del Decreto 341/1996, de 13 de septiembre, por el que se crea la Comisión Consultiva de Equipamientos Comerciales y se regula la implantación de grandes establecimientos comerciales en la Comunidad Autónoma de Galicia, los informes preceptivos para la concesión de la licencia de apertura de grandes establecimientos eran solicitados al Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC), de la Administración General del Estado, ya que dicho órgano tenía entre sus atribuciones (artículo 25, letra e), la de:

“Dictaminar los proyectos de apertura de grandes establecimientos comerciales, según establece la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.”

La aprobación de la Ley 6/2004, de 12 de julio, reguladora de los órganos de defensa de la competencia de la Comunidad Autónoma de Galicia, dio lugar a un cambio, ya que de acuerdo a su artículo 3.3 apartado f, al nuevo Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia se le encomendaba la función de:

“Emitir informe con carácter no vinculante sobre la apertura de grandes establecimientos comerciales en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Galicia.”

En esta línea, y admitiendo de modo explícito la participación de las autoridades de competencia autonómicas en la emisión de estos informes sobre grandes superficies comerciales, el artículo 25 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de defensa de la competencia, que derogó la de 1989, establece entre las funciones consultivas de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) la de dictaminar sobre:

“b) Proyectos de apertura de grandes establecimientos comerciales, según establece la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del comercio minorista, cuando su instalación en la zona de

que se trate pueda alterar la libre competencia en un ámbito supraautonómico o en el conjunto del mercado nacional, poniendo de manifiesto la repercusión de los Proyectos de apertura para la defensa de la competencia.”

A día de hoy, y desde su creación, el TGDC realizó 28 informes de apertura de grandes establecimientos comerciales en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Galicia. Para la elaboración de los mismos, el TGDC tuvo que examinar la información proporcionada por los solicitantes de las licencias de apertura, constatando que, con frecuencia, la información proporcionada era muy amplia pero escasamente centrada en los elementos clave del informe; así como que las previsiones establecidas por los solicitantes, en muchos casos, no estaban adecuadamente contrastadas. Es decir, los solicitantes recogen y proporcionan mucha información en los estudios que remiten al Tribunal, lo que supone para ellos un gran esfuerzo y coste, pero mucha de esa información no es útil para los fines de la elaboración del informe.

III. Licencias de apertura de grandes establecimientos comerciales

En aplicación de la normativa actual, deben mantenerse el análisis de los proyectos de apertura de grandes establecimientos comerciales, se bien sobre la base de los criterios señalados en la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior (conocida como “Directiva de servicios”)¹, que supuso un cambio sustantivo respecto de los elementos que deben ser tomados en consideración para la emisión

¹ DOUE L 376, do 27.12.2006, p. 36.

de los informes relativos a la implantación de grandes superficies comerciales y para la concesión, o no, de las licencias correspondientes: la emisión de informes relativos a la implantación de grandes superficies comerciales no puede considerar criterios económicos.

Consecuentemente, esta Directiva trata de evitar que la Administración Pública prohíba la implantación de grandes establecimientos comerciales sobre la base de criterios como: la inexistencia de déficit comercial o la no rentabilidad de los proyectos.

Por otra parte, resulta relevante el informe da *Competition Commission* (CC) británica², que identifica ciertos riesgos para la competencia en el ámbito de la distribución minorista de alimentación, y para el bien estar de los consumidores, cuando no se desarrolla una actuación preventiva y no se controla el grado de concentración e incluso las posiciones de dominio existentes en los mercados locales.

El TGDC considera útil y necesario, además de cumplir con lo dispuesto en la ley, continuar con la emisión de informes previos a la implantación de grandes superficies comerciales desde el punto de vista de su posible impacto sobre la competencia efectiva, prestando especial atención a la concentración existente en el mercado y a la incidencia de posiciones de dominio que puedan facilitar la coordinación, expresa o tácita, entre las empresas presentes en el mercado.

IV.- Información relevante para la emisión de los informes.

Sobre la base anterior, el TGDC considera que el análisis de los proyectos de apertura de grandes establecimientos comerciales debe centrarse en los siguientes aspectos:

² Competition Commission (2008) "The supply of groceries in the UK". Disponible en la web: <http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/index.htm>

- si el nuevo gran establecimiento comercial aumenta la elección de los consumidores –dada la existencia, o no, de otros establecimientos de la misma empresa en ese mismo mercado-, y
- si tiene capacidad para proporcionar poder de dominio a la empresa solicitante en el mercado relevante de la instalación, con el riesgo de afectar de un modo significativo a la competencia efectiva.

Dada la obligación y la conveniencia de elaborar estos informes previos a la apertura de grandes establecimientos comerciales, el TGDC considera de interés generar seguridad jurídica y costes mínimos para las empresas implicadas. A tal fin, considera útil identificar la información mínima precisa para elaborar tales informes de un modo correcto.

El TGDC considera que para emitir los informes relativos a la apertura de grandes establecimientos comerciales, desde una perspectiva de defensa de la competencia, los solicitantes de licencia deben proporcionar los siguientes datos:

1. Sobre el solicitante:

- Nombre, DNI y domicilio del solicitante, así como acreditación de su representación de la empresa.
- Nombre de la empresa solicitante, CIF y domicilio social.
- Volumen de ventas de la empresa solicitante en los últimos tres años. En caso de que la empresa solicitante pertenezca a un grupo empresarial, nombre del mismo y facturación en los últimos tres años.

- Tipos de establecimientos comerciales utilizados por la empresa solicitante y enseñas.
- Número actualizado de establecimientos comerciales en Galicia de la empresa solicitante, clasificados por tipos, y localización de los mismos. En caso de que la empresa solicitante pertenezca a un grupo empresarial, número actualizado y tipo de establecimientos comerciales en Galicia y localización de los mismos.
- Volumen de ventas por metro cuadrado (actualizado) alcanzado como media por los establecimientos comerciales del mismo tipo de la empresa solicitante en Galicia. En caso de no disponer de establecimientos del mismo tipo en esta Comunidad, volumen de ventas por metro cuadrado (actualizado) alcanzado como media por los establecimientos del mismo tipo de la empresa solicitante en España.
- Cuando la empresa ya tenga establecimientos de un determinado tipo en el territorio definido por el mercado relevante de la nueva instalación, volumen de ventas por metro cuadrado (actualizado) alcanzado como media en ese tipo(s) de establecimiento de la empresa.
- Volumen de ventas por empleado (actualizado) alcanzado como media por los establecimientos comerciales del mismo tipo de la empresa solicitante en Galicia. En caso de no disponer de establecimientos en esta Comunidad, volumen de ventas por empleado (actualizado) alcanzado como media por los establecimientos comerciales de empresa solicitante en España.
- Cuando la empresa ya tenga establecimientos de un determinado tipo en el territorio definido por el mercado relevante de la nueva instalación, volumen de ventas por

empleado (actualizado) alcanzado como media en ese tipo(s) de establecimiento de la empresa.

2. Sobre el proyecto

- Superficie de venta del establecimiento.
- Descripción de la oferta de bienes.
- Ventas estimadas por la empresa solicitante para el nuevo gran establecimiento comercial.

3. Sobre el mercado relevante

- Determinación del mercado geográfico relevante. De un modo general, se estimará el mercado geográfico relevante (población) a partir de la consideración de la isocrona 20 minutos. Cuando el solicitante lo considere conveniente podrá, además, determinar el mercado geográfico relevante en función de otra(s) isocrona(s), pero en ese caso deberá motivar suficientemente su elección.
- Estimación del gasto total en el mercado relevante.
- Estimación actualizada del gasto por persona para el conjunto de productos objeto de comercialización por la empresa solicitante.
- Cálculo del gasto disponible estimado total para las diferentes isocronas consideradas.

4. Sobre la competencia actual existente en el mercado relevante

- Número de establecimientos que ofertan los productos del solicitante en el territorio definido por el mercado geográfico relevante (para as diferentes isocronas consideradas).
- Número de establecimientos de la empresa solicitante, y del grupo al que pertenece, que ofertan, en el territorio definido por el mercado geográfico relevante (para las diferentes isocronas consideradas), productos similares a los ofertados por el nuevo establecimiento.
- Distribución del número de establecimientos que ofertan los productos del solicitante en el territorio definido por el mercado geográfico relevante en las siguientes categorías: grandes superficies (más de 2.500 metros cuadrados de superficie de ventas) mixtas, grandes superficies especializadas, medianas superficies (más de 1.000 -y menos de 2.500- metros cuadrados de superficie de venta) mixtas, medianas superficies especializadas y resto de establecimientos comerciales. En el caso de las grandes y medianas superficies mixtas, porcentaje medio de superficie de venta dedicada a los productos ofertados por la solicitante.
- Estimación de la superficie de venta instalada en la actualidad en los establecimientos que ofertan los productos del solicitante en el territorio definido por el mercado geográfico relevante (para las diferentes isocronas consideradas).
- Volumen de ventas de los establecimientos de la empresa solicitante, e del grupo al que pertenece, que ofertan, en el territorio definido por el mercado geográfico relevante (para las diferentes isocronas consideradas), productos similares a los ofertados por el nuevo establecimiento.

- Distribución de la superficie de venta instalada en la actualidad en los establecimientos que ofertan los productos del solicitante en el territorio definido por el mercado geográfico relevante (para las diferentes isocronas consideradas) en las siguientes categorías: grandes superficies mixtas, grandes superficies especializadas, medianas superficies mixtas, medianas superficies especializadas y resto de establecimientos comerciales.

5. Sobre la cuota de mercado

- Cuota de mercado estimada por la empresa solicitante para el nuevo grande establecimiento comercial en el mercado relevante.
- Cuota de mercado estimada por la empresa solicitante para el conjunto de establecimientos de que dispone en el mercado relevante.

6. Otra información

- Junto a la información recogida en este informe, los solicitantes podrán aportar toda aquella información adicional que consideren relevante, motivando el sentido de la misma de cara a la elaboración del informe. En particular resulta de interés la información sobre: (i) las diferencias existentes – precios, variedad, innovación, calidad y otros- entre la oferta comercial de la empresa solicitante y la oferta existente en la actualidad en el mercado de referencia desde la perspectiva de los consumidores y (ii) la contribución del nuevo establecimiento a la mejora de la competencia.

- Información sobre posibles barreras de entrada o salida de empresas en el sector, tanto de naturaleza legal como económica o tecnológica, que la empresa solicitante conozca o esté en disposición de proporcionar.

ANEXO

Informes emitidos por el TGDC desde 2005

- GEC 1/2005: MEDIA MARKT SATURN ADMINISTRACIÓN ESPAÑA, S.A.U., Ayuntamiento de Arteixo (A Coruña).
- GEC 2/2005: LEROY MERLIN, S.A., Ayuntamiento de Arteixo (A Coruña).
- GEC 3/2005: EROSMER IBERICA, S.A., Ayuntamiento de Arteixo (A Coruña).
- GEC 4/2005: AKI BRICOLAGE. ESPAÑA, S.L., Ayuntamiento de Lugo.
- GEC 5/2005): CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A., Ayuntamiento de Ferrol (A Coruña).
- GEC 6/2005: JARDI OLEIROS, S.A., Ayuntamiento de Oleiros (A Coruña).
- GEC 7/2005: DECATHLÓN ESPAÑA, S.A.U., Ayuntamiento de Vigo (Pontevedra).
- GEC 8/2005: CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A., Ayuntamiento de Santiago de Compostela (A Coruña).

- GEC 9/2005: EROSMER IBÉRICA, S.A., Ayuntamiento de Vigo, (Pontevedra).
- GEC 10/2006: EROSMER IBÉRICA, S.L., Ayuntamiento de A Coruña.
- GEC 11/2006: IKEA IBÉRICA, S.A., Ayuntamiento de A Coruña.
- GEC 12/2006: BRICOKINGS, S.L., Ayuntamiento de Oleiros (A Coruña).
- GEC 13/2007: EROSMER IBÉRICA, S. A., Ayuntamiento de Noia (A Coruña).
- GEC 14/2007: EROSMER IBÉRICA, S. A., Ayuntamiento de Pontearreas (Pontevedra).
- GEC 15/2007: DECATHLÓN ESPAÑA, S.A.U. Ayuntamiento de Ferrol (A Coruña).
- GEC 16/2007: EROSMER IBÉRICA, S. A., Ayuntamiento de Sanxenxo (Pontevedra).
- GEC 17/2007. EROSMER IBÉRICA, S.A.-LALIN, Ayuntamiento de Lalín (Pontevedra).
- GEC 18/2007: SOCIEDAD ALCAMPO, S.A., Ayuntamiento de Vilanova de Arousa (Pontevedra).
- GEC 19/2007. DECATHLÓN ESPAÑA, S.A.U., Ayuntamiento de Oleiros (A Coruña).
- GEC 20/2007. DECATHLÓN ESPAÑA, S.A.U., Ayuntamiento de Vigo (Pontevedra).
- GEC 21/2007. ASAGA TUY, S.A., Ayuntamiento de Tui (Pontevedra).

- GEC 22/2007. BOULANGER ESPAÑA, S.L., Ayuntamiento de Vigo (Pontevedra).
- GEC 23/2008. HIPERCOR, S.A., Ayuntamiento da Coruña.
- GEC 24/2008. PRIMARK TIENDAS, S.L.U., Ayuntamiento da Coruña.
- GEC 25/2008. SATURN E-514 ELECTRO, S.A.U., Ayuntamiento da Coruña.
- GEC 26/2008. JARDI SANXENXO, S.L., Ayuntamiento de Sanxenxo (Pontevedra).
- GEC 27/2008. HIPERCOR, S.A., Ayuntamiento de Ourense.
- GEC 28/2008. BRICOR, S.A. Ayuntamiento da Coruña.