

**TRIBUNAL GALEGO DE DEFENSA
DA COMPETENCIA**

Estudo 26/2008 EI

**“ESTUDO SOBRE A INFORMACIÓN BÁSICA
REQUIRIDA
PARA A EMISIÓN DOS INFORMES PRECEPTIVOS
PARA A CONCESIÓN DE LICENZAS DE GRANDES
ESTABLECEMENTOS COMERCIAIS”**

Aprobado polo Pleno do TGDC o día 16 de decembro de 2008

INDICE

- I. Consideración previa

- II. Introducción

- III. Información relevante para a emisión dos informes
 - 1. Sobre o solicitante
 - 2. Sobre o proxecto
 - 3. Sobre o mercado relevante
 - 4. Sobre a competencia actual existente no mercado relevante
 - 5. Sobre a cota de mercado
 - 6. Outra información

ANEXO

I. Consideración previa

O Pleno do Tribunal Galego de Defensa da Competencia (TGDC) do 4 de novembro de 2008 acordou a elaboración dun documento no que se recollera a información básica a proporcionar polos solicitantes de licencias para a apertura de Grandes Establecementos Comerciais en Galicia, para a emisión do informe preceptivo que o citado Tribunal ten que emitir ao abeiro do artigo 3.3 apartado f) da Lei 6/2004, do 12 de xullo, reguladora dos órganos de defensa da competencia da Comunidade Autónoma de Galicia.

O Pleno do TGDC encargou ao seu presidente, José Antonio Varela González, a realización do citado documento.

II.- Introducción

Ata 1996, en España, o único requisito para a apertura de grandes superficies era a aprobación das autoridades municipais. A Lei 7/1996, de Ordenación do Comercio Retallista, estableceu a esixencia dunha segunda licenza comercial específica de carácter autonómico (artigos 6 e 7), ademais das autorizacións municipais previas.

Na Lei 9/2003, do 23 de decembro, de Medidas de Galicia 2004, o artigo 16 modifica o artigo 7 da Lei 10/1988, do 20 de xullo, de Ordenación do Comercio Interior de Galicia, que queda redactado da seguinte forma:

“A instalación, ampliación e traslado de grandes establecementos comerciais estará suxeita a unha licenza comercial específica, cuxo outorgamento corresponde ao conselleiro competente en materia de comercio interior”.

En aplicación do disposto nos artigos 6 e 7 do Decreto 341/1996, do 13 de setembro, polo que se crea a Comisión Consultiva de Equipamentos Comerciais e se regula a implantación de grandes establecementos comerciais na Comunidade Autónoma de Galicia, os informes preceptivos para a concesión da licenza de apertura de grandes establecementos eran solicitados ao TDC, de la Administración Xeral do Estado, xa que dito órgano tiña entre as súas atribucións (artigo 25, letra e), a de:

“Ditaminar os proxectos de apertura de grandes establecementos comerciais, segundo establece a Lei 7/1996, do 15 de xaneiro, de Ordenación del Comercio Minorista.”

A aprobación da Lei 6/2004, do 12 de xullo, reguladora dos órganos de defensa da competencia da Comunidade Autónoma de Galicia, deu lugar a un cambio, xa que segundo o seu artigo 3.3 apartado f, ao novo Tribunal Galego de Defensa da Competencia se lle encomendaba a función de:

“Emitir informe con carácter non vinculante sobre a apertura de grandes establecementos comerciais no ámbito territorial da Comunidade Autónoma de Galicia.”

Nesta liña, e admitindo de modo explícito a participación das autoridades de competencia autonómicas no emisión destes informes sobre grandes superficies comerciais, o artigo 25 da Lei 15/2007, do 3 de xullo, de defensa da competencia, que derogou a de 1989, establece entre as funcións consultivas da Comisión Nacional de la Competencia (CNC) a de ditaminar sobre:

“b) Proxectos de apertura de grandes establecementos comerciais, segundo establece a Lei 7/1996, do 15 de xaneiro, de ordenación do comercio retalista, cando a súa instalación na zona de que se trate poida alterar a libre competencia nun ámbito supraautonómico ou no conxunto do mercado nacional, poñendo de manifesto a repercusión dos proxectos de apertura para a defensa da competencia.”

A data de hoxe, e dende a súa creación, o TGDC realizou 28 informes de apertura de grandes establecementos comerciais no ámbito territorial da Comunidade Autónoma de Galicia. Para a elaboración dos mesmos, o TGDC tivo que examinar a información proporcionada polos solicitantes das licencias de apertura, constatando que, con frecuencia, a información proporcionada era moi ampla pero escasamente centrada nos elementos clave do informe; tamén que as previsións establecidas polos solicitantes, en moitos casos, non estaban axeitadamente contrastadas. E dicir, os solicitantes recollen e proporcionan moita información nos estudos que remiten ao Tribunal, o que supón para eles un gran esforzo e custo, pero moita desa información non é útil para os fins da elaboración do informe.

III. Licenzas de apertura de grandes establecimientos comerciais

En aplicación da normativa actual, deben manterse a análise dos proxectos de apertura de grandes establecementos comerciais, se ben sobre a base dos criterios sinalados na Directiva 2006/123/CE do Parlamento Europeo e do Consello, do 12 de decembro de 2006, relativa aos servizos no mercado interior (coñecida como "Directiva de servizos")¹, que supuxo un cambio substantivo respecto dos elementos que deben ser tomados en consideración para a emisión dos informes relativos á implantación de grandes superficies comerciais e para a concesión, ou non, das licenzas correspondentes: a emisión de informes relativos á implantación de grandes superficies comerciais non pode considerar criterios económicos.

Consecuentemente, esta Directiva tenta evitar que a Administración Pública prohiba a implantación de grandes establecementos comerciais sobre a base de criterios como: a inexistencia de déficit comercial ou a non rendibilidade dos proxectos.

¹ DOUE L 376, do 27.12.2006, p. 36.

Por outra parte, resulta relevante o informe da *Competition Commission* (CC) británica², que identifica certos riscos para a competencia no ámbito da distribución retalista de alimentación, e para o benestar dos consumidores, cando non se desenvolve unha actuación preventiva e non se controla o grao de concentración e mesmo as posicións de dominio existentes nos mercados locais.

O TGDC considera útil e necesario, ademais de cumprirse co disposto na lei, continuar coa emisión de informes previos á implantación de grandes superficies comerciais dende o punto de vista do seu posible impacto sobre a competencia efectiva, prestando especial atención á concentración existente no mercado e á incidencia de posicións de dominio que poidan facilitar la coordinación, expresa ou tácita, entre as empresas presentes no mercado.

IV.- Información relevante para a emisión dos informes.

Sobre a base anterior, o TGDC considera que a análise dos proxectos de apertura de grandes establecementos comerciais deba centrarse nos seguintes 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>

- se o novo gran establecemento comercial aumenta a elección dos consumidores –dada a existencia, ou non, doutros establecementos da mesma empresa nese mesmo mercado-, e
- se ten capacidade para proporcionar poder de dominio á empresa solicitante no mercado relevante da instalación, co risco de afectar dun xeito significativo á competencia efectiva.

Dada a obriga e a conveniencia de elaborar estes informes previos á apertura de grandes establecementos comerciais, o TGDC considera de interese xerar seguridade xurídica e custos mínimos para as empresas implicadas. A tal fin, considera útil identificar a información mínima precisa para elaborar tales informes dun xeito correcto.

O TGDC considera que para emitir os informes relativos á apertura de grandes establecementos comerciais, dende unha perspectiva de defensa da competencia, os solicitantes de licenza deben proporcionar os seguintes datos:

1. Sobre o solicitante:

- Nome, DNI e domicilio do solicitante, así como acreditación da súa representación da empresa.
- Nome da empresa solicitante, CIF e enderezo social.
- Volume de vendas da empresa solicitante nos últimos tres anos. No caso de que a empresa solicitante pertenza a un grupo empresarial, nome do mesmo e facturación nos últimos tres anos.
- Tipos de establecementos comerciais utilizados pola empresa solicitante e enseñas.
- Número actualizado de establecementos comerciais en Galicia da empresa solicitante, clasificados por tipos, e localización dos mesmos. No caso de que a empresa solicitante pertenza a un grupo empresarial, número actualizado e tipo de establecementos comerciais en Galicia e localización dos mesmos.
- Volume de vendas por metro cadrado (actualizado) acadado como media polos establecementos comerciais do mesmo tipo da empresa solicitante en Galicia. En caso de non dispor de establecementos do mesmo tipo nesta Comunidade, volume de vendas por metro cadrado (actualizado) acadado como media polos establecementos do mesmo tipo da empresa solicitante en España.
- Cando a empresa xa teña establecementos dun determinado tipo no territorio definido polo mercado relevante da nova instalación, Volume de vendas por metro cadrado (actualizado) acadado como media nese tipo(s) de establecemento da empresa.

- Volume de vendas por empregado (actualizado) acadado como media polos establecementos comerciais do mesmo tipo da empresa solicitante en Galicia. En caso de non dispor de establecementos nesta Comunidade, volume de vendas por empregado (actualizado) acadado como media polos establecementos comerciais da empresa solicitante en España.
- Cando a empresa xa teña establecementos dun determinado tipo no territorio definido polo mercado relevante da nova instalación, Volume de vendas por empregado (actualizado) acadado como media nese tipo(s) de establecemento da empresa.

2. Sobre o proxecto

- Superficie de venda do establecemento.
- Descrición da oferta de bens.
- Vendas estimadas pola empresa solicitante para o novo grande establecemento comercial.

3. Sobre o mercado relevante

- Determinación do mercado xeográfico relevante. Dun xeito xeral, estimarase o mercado xeográfico relevante (poboación) a partir da consideración da isocrona 20 minutos. Cando o solicitante o considere conveniente poderá, ademais, determinar el mercado xeográfico relevante en función doutra(s) isocrona(s), mais nese caso deberá motivar suficientemente a súa elección.
- Estimación do gasto total no mercado relevante.
- Estimación actualizada do gasto por persoa para o conxunto de produtos obxecto de comercialización pola empresa solicitante.
- Cálculo do gasto dispoñible estimado total para as diferentes isocronas consideradas.

4. Sobre a competencia actual existente no mercado relevante

- Número de establecementos que ofertan os produtos do solicitante no territorio definido polo mercado xeográfico relevante (para as diferentes isocronas consideradas).
- Número de establecementos da empresa solicitante, e do grupo ao que pertence, que ofertan, no territorio definido polo mercado xeográfico relevante (para as diferentes isocronas consideradas), produtos similares aos ofertados polo novo establecemento.
- Distribución do número de establecementos que ofertan os produtos do solicitante no territorio definido polo

mercado xeográfico relevante nas seguintes categorías: grandes superficies (máis de 2.500 metros cadrados de superficie de vendas) mixtas, grandes superficies especializadas, medianas superficies (máis de 1.000 -e menos de 2.500- metros cadrados de superficie de venda) mixtas, medianas superficies especializadas e resto de establecementos comerciais. No caso das grandes e medianas superficies mixtas, porcentaxe media de superficie de venda dedicada aos produtos ofertados pola solicitante.

- Estimación da superficie de venda instalada na actualidade nos establecementos que ofertan os produtos do solicitante no territorio definido polo mercado xeográfico relevante (para as diferentes isocronas consideradas).

- Volume de vendas dos establecementos da empresa solicitante, e do grupo ao que pertence, que ofertan, no territorio definido polo mercado xeográfico relevante (para as diferentes isocronas consideradas), produtos similares aos ofertados polo novo establecemento.

- Distribución da superficie de venda instalada na actualidade nos establecementos que ofertan os produtos do solicitante no territorio definido polo mercado xeográfico relevante (para as diferentes isocronas consideradas) nas seguintes categorías: grandes superficies mixtas, grandes superficies especializadas, medianas superficies mixtas, medianas superficies especializadas e resto de establecementos comerciais.

5. Sobre a cota de mercado

- Cota de mercado estimada pola empresa solicitante para o novo grande establecemento comercial no mercado relevante.
- Cota de mercado estimada pola empresa solicitante para o conxunto de establecementos de que dispón no mercado relevante.

6. Outra información

- Xunto á información recollida neste informe, os solicitantes poderán aportar toda aquela información adicional que consideren relevante, motivando o sentido da mesma de cara á elaboración do informe. En particular resulta de interese a información sobre: (i) as diferenzas existentes –prezos, variedade, innovación, calidade e outros- entre a oferta comercial da empresa solicitante e a oferta existente na actualidade no mercado de referencia dende a perspectiva dos consumidores e (ii) a contribución do novo establecemento á mellora da competencia.
- Información sobre posibles barreiras de entrada ou saída de empresas no sector, tanto de natureza legal como económico ou tecnolóxico, que a empresa solicitante coñeza ou estea en disposición de proporcionar.

ANEXO

Informes emitidos polo TGDC desde 2005

- GEC 1/2005: MEDIA MARKT SATURN ADMINISTRACIÓN ESPAÑA, S.A.U., Concello de Arteixo (A Coruña).
- GEC 2/2005: LEROY MERLIN, S.A., Concello de Arteixo (A Coruña).
- GEC 3/2005: EROSMER IBERICA, S.A., Concello de Arteixo (A Coruña).
- GEC 4/2005: AKI BRICOLAGE. ESPAÑA, S.L., Concello de Lugo.
- GEC 5/2005): CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A., Concello de Ferrol (A Coruña).
- GEC 6/2005: JARDI OLEIROS, S.A., Concello de Oleiros (A Coruña).
- GEC 7/2005: DECATHLÓN ESPAÑA, S.A.U., Concello de Vigo (Pontevedra).
- GEC 8/2005: CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A., Concello de Santiago de Compostela (A Coruña).
- GEC 9/2005: EROSMER IBÉRICA, S.A., Concello de Vigo, (Pontevedra).
- GEC 10/2006: EROSMER IBÉRICA, S.L., Concello de A Coruña.
- GEC 11/2006: IKEA IBÉRICA, S.A., Concello da Coruña.

- GEC 12/2006: BRICOKINGS, S.L., Concello e Oleiros (A Coruña).
- GEC 13/2007: EROSMER IBÉRICA, S. A., Concello de Noia (A Coruña).
- GEC 14/2007: EROSMER IBÉRICA, S. A., Concello de Ponteareas (Pontevedra).
- GEC 15/2007: DECATHLÓN ESPAÑA, S.A.U. Concello de Ferrol (A Coruña).
- GEC 16/2007: EROSMER IBÉRICA, S. A., Concello de Sanxenxo (Pontevedra).
- GEC 17/2007. EROSMER IBÉRICA, S.A.-LALIN, Concello de Lalín (Pontevedra).
- GEC 18/2007: SOCIEDAD ALCAMPO, S.A., Concello de Vilanova de Arousa (Pontevedra).
- GEC 19/2007. DECATHLÓN ESPAÑA, S.A.U., Concello de Oleiros (A Coruña).
- GEC 20/2007. DECATHLÓN ESPAÑA, S.A.U., Concello de Vigo (Pontevedra).
- GEC 21/2007. ASAGA TUY, S.A., Concello de Tui (Pontevedra).
- GEC 22/2007. BOULANGER ESPAÑA, S.L., Concello de Vigo (Pontevedra).
- GEC 23/2008. HIPERCOR, S.A., Concello da Coruña.
- GEC 24/2008. PRIMARK TIENDAS, S.L.U., Concello da Coruña.

- GEC 25/2008. SATURN E-514 ELECTRO, S.A.U., Concello da Coruña.
- GEC 26/2008. JARDI SANXENXO, S.L., Concello de Sanxenxo (Pontevedra).
- GEC 27/2008. HIPERCOR, S.A., Concello de Ourense.
- GEC 28/2008. BRICOR, S.A. Concello da Coruña.