

# ESTUDIO DEL TDCCV SOBRE LOS INFORMES DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES

Septiembre 2009



## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>2. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>7</b>
<b>3. MARCO NORMATIVO.</b> .....	<b>10</b>
3.1 LEGISLACIÓN DE LAS AUTORIDADES DE COMPETENCIA.....	10
3.2 LEGISLACIÓN DEL SECTOR DE COMERCIO MINORISTA.....	10
3.2.1 LEGISLACIÓN ESTATAL BÁSICA. ....	11
3.2.2 LEGISLACIÓN AUTONÓMICA. ....	11
3.3 PERSPECTIVAS DE FUTURO. ....	13
<b>4. PROCEDIMIENTO DE EMISIÓN DE INFORMES.</b> .....	<b>16</b>
4.1. ETAPAS EN LA EMISIÓN DE INFORMES .....	16
4.2. PROCEDIMIENTO DE LA TRAMITACIÓN DE INFORMES.....	17
4.3. GESTIÓN DE LOS INFORMES EMITIDOS. ....	18
4.3.1 EVOLUCIÓN CUANTITATIVA .....	18
4.3.2 PLAZO DE TRAMITACIÓN .....	19
<b>5. INFORMES EMITIDOS POR EL TDCCV EN EL PERIODO DEL 1 DE AGOSTO DE 2008 AL 31 DE JULIO DEL 2009.</b> .....	<b>20</b>
5.1. CUESTIONES GENERALES. ....	20
5.2. RELACIÓN DE INFORMES EMITIDOS. ....	21
<b>6. INFORMACIÓN CUANTITATIVA DE LOS INFORMES.</b> .....	<b>25</b>
6.1. DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL.....	25
6.2. DISTRIBUCIÓN MUNICIPAL. ....	27
6.3. RELACIÓN POR SUPERFICIE DE VENTA . ....	30

6.4.RELACIÓN POR EMPLEO PREVISTO. ....	33
6.5. RELACIÓN POR INVERSIÓN ESTIMADA.....	35
6.6. RELACIÓN POR SECTORES Y ENSEÑAS COMERCIALES. ....	37
<b>7. CONCLUSIONES .....</b>	<b>47</b>



## 1. INTRODUCCIÓN

La existencia de una efectiva competencia en los mercados favorece los intereses de la mayoría de los ciudadanos. La competencia obliga a las empresas a moderar los precios, a incrementar la calidad de sus productos y servicios, y a ofrecer un mejor trato a los clientes, y desde el punto de vista de los consumidores y usuarios amplía notablemente las opciones de elegir los servicios y productos que se adaptan de manera más idónea a sus gustos, necesidades e intereses.

La vigente legislación en materia de Competencia faculta a los órganos de Defensa de la Competencia para el estudio de las circunstancias objetivas que concurren en la instalación de grandes establecimientos comerciales, y regula la emisión de informe preceptivo previo a la autorización administrativa para su instalación desde el punto de vista de competencia en el ámbito geográfico correspondiente. En la Comunitat Valenciana corresponde realizar esta función al Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana.

El presente Estudio pretende mostrar una visión del trabajo realizado por el TDCCV sobre dicha materia durante el periodo del año comprendido entre el 28 de Julio de 2008, fecha del acto de toma de posesión de los componentes del Pleno del Tribunal, y el 31 de julio de 2009.

El Estudio tiene un carácter puramente descriptivo en lo que se refiere a los datos que contienen los expedientes analizados e informados, y que se han trasladado al mismo agrupándolos en base a criterios geográficos, de superficie de venta, por tipo de establecimiento, cuantía de la inversión prevista ó empleos a crear y tiempo de tramitación.

Además de los cuadros y gráficos en los que se visualiza dicha información, también se referencia el marco normativo que da cobertura legal a las resoluciones emitidas, el procedimiento establecido para la tramitación de los expedientes por el TDCCV, y un cuadro resumen de los informes realizados durante el citado periodo.

El TDCCV, en el caso de mantenerse la disposición legal de emitir informe previo de competencia para la instalación de grandes superficies comerciales

elaborará un Estudio anual que, con carácter descriptivo, traslade la información de los expedientes tramitados y resueltos durante el año, en el que se puedan consultar, de forma sistematizada, las características de los informes emitidos, el número de expedientes, el tiempo de tramitación, la localización de los establecimientos y sus principales características, y los efectos sobre la competencia, y en su caso, las conclusiones que a criterio del TDCCV pudieran extraerse de dicha información, cumpliendo con ello con la función de promoción de la competencia que tiene encomendada.

El presente estudio ha sido elaborado por el TDCCV, siendo ponente el Vocal D. José Luis Juan Sanz, finalizado el 30 de septiembre de 2009 y aprobado por el Pleno del TDCCV en su sesión de fecha 22 de octubre.

## 2. RESUMEN EJECUTIVO

En el ámbito territorial de la Comunitat Valenciana la función de emitir los preceptivos informes previos a la autorización para la instalación de grandes establecimientos comerciales, corresponde al Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana, tal como se establece en la Ley de creación de dicho organismo, y en el Estatuto que la desarrolla. El Tribunal informa sobre las solicitudes de apertura, ampliación y modificación de grandes establecimientos comerciales con independencia de que éstos estén ubicados o no en Centros Comerciales y desde la perspectiva de la influencia que pueden tener en la competencia.

La Ley 8/1986, de 29 diciembre, de Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales de la Generalitat establece en el artículo 17.2 que: *“Se considerará en todo caso establecimiento de gran superficie los que tengan una superficie dedicada a la venta igual o superior a 1000 metros cuadrados, o en poblaciones de menos de 40.000 habitantes los que tengan una superficie dedicada a la venta igual o superior a 600 metros cuadrados”*.

Para emitir los informes, el Pleno del Tribunal estudia los efectos que el proyecto del establecimiento tendrá sobre la libre competencia, analizando la documentación obrante en los expedientes remitidos, teniendo en cuenta el aumento o disminución de operadores en la zona de influencia, oferta comercial existente, enseñas y demás aspectos relevantes a efectos de la competencia.

En este Estudio se detallan los informes emitidos por el TDCCV durante el periodo de un año (Agosto 2008/Julio 2009) y sus principales datos de referencia que constan en los expedientes tramitados, como son la superficie útil de venta, el empleo a crear, la inversión prevista, las cuotas de mercado por sectores y enseñas comerciales en dicho periodo, las características de la población donde se ubican, y el desglose por provincias. Así como, los datos de gestión de los expedientes relativos al ritmo de recepción de solicitudes y al tiempo empleado para la tramitación de las mismas por parte del TDCCV.

La totalidad de los informes emitidos durante dicho periodo afectan a 99 expedientes, que en su conjunto representan un **incremento de superficie útil**

**de venta de 167.136,68 metros cuadrados, con una inversión estimada de 131.474.464,16 euros, que suponen una previsión de creación de 2.495 nuevos empleos.**

La media de superficie de venta por establecimiento es de 1.688,25 metros cuadrados, y la media de empleos a crear, y de inversión prevista por expediente es de 25,20 y de 1.328.024,89 euros, respectivamente.

Según el tipo de establecimiento 61 corresponden a supermercados que suponen el 62% del total de expedientes informados, 17 son establecimientos dedicados a equipamiento personal que equivale al 17%, 16 se dedican a muebles y complementos del hogar que supone el 16%, y 5 corresponden a otros sectores, lo que supone el 5%.

Geográficamente 54 expedientes corresponden a la provincia de Valencia, que representa el 55%, 34 a la provincia de Alicante, que supone el 34%, y 11 a la provincia de Castellón que equivale al 11%.

Por el tipo de solicitud, el 86% se corresponden con solicitudes de nuevas aperturas, el 5% son modificaciones de titularidad, y el 9% son ampliaciones de establecimientos ya instalados.

Considerando las poblaciones en las que se ubican por el número de habitantes, un 30% se establecen en municipios de menos de 10.000 habitantes, un 13% en municipios entre 10.000 y 20.000, un 29% en municipios entre 20.000 y 40.000 habitantes y el 28% restante en municipios de más de 40.000 habitantes.

Según la evolución de los informes emitidos durante el periodo se observa que la media mensual ha sido de 8,25 informes. La normativa vigente no establece un plazo para la emisión del correspondiente informe, y según fuentes de la Dirección General de Comercio, el plazo medio de tramitación de los mismos hasta Julio de 2008 cuando los realizaba el antiguo Tribunal de Defensa de la Competencia ó la actual Comisión Nacional de la Competencia era de unos 60 días de media. **Actualmente, desde la constitución del TDCCV, este plazo es de 22,08 días** lo que ha supuesto una reducción de casi un 64% del tiempo de tramitación del informe de competencia, facilitando, por lo tanto el inicio de la actividad económica.

Los datos expuestos evidencian suficientemente la necesidad del presente Estudio. Los preceptivos informes sobre autorizaciones de grandes establecimientos comerciales afectan a un volumen importante de empresas que, en general, amplían los beneficios de una efectiva competencia, con indudables ventajas para los intereses de los ciudadanos.

### **3. MARCO NORMATIVO.**

#### **3.1 LEGISLACIÓN DE LAS AUTORIDADES DE COMPETENCIA**

La Generalitat Valenciana, a través de la Ley 14/2005, de 23 de diciembre<sup>1</sup>, creó el Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana, con el fin de garantizar la existencia de una competencia efectiva en los mercados autonómicos valencianos. La modificación de ésta norma, efectuada por la Ley 16/2008, de 22 de diciembre<sup>2</sup>, actualiza las referencias en ella contenidas a la legislación nacional de defensa de la competencia<sup>3</sup> e integra al Servicio de Defensa de la Competencia en la estructura del Tribunal. Por su parte, el Decreto del Consell 169/2006, de 10 de noviembre<sup>4</sup>, había aprobado el Estatuto del TDCCV, como norma interna de organización y funcionamiento

De entre las funciones que tiene asignadas el TDCCV, ya sea expresamente o por remisión al haz de competencias que la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia reconoce a los órganos autonómicos de defensa de la competencia, se halla la emisión de Informes preceptivos no vinculantes para la autorización de apertura de los grandes establecimientos comerciales, en aplicación de la actual normativa de ordenación del sector comercial.

#### **3.2 LEGISLACIÓN DEL SECTOR DE COMERCIO MINORISTA**

---

<sup>1</sup> Artículo 119 de la Ley 14/2005, de 23 de diciembre, de la Generalitat, de Medidas Fiscales, de Gestión Financiera y Administrativa, y de Organización de la Generalitat

<sup>2</sup> Artículo 55 de la Ley 16/2008, de 22 de diciembre, de Medias Fiscales, de Gestión Administrativa y Financiera , y de Organización de la Generalitat (DOCV nº 5922 de 29 de diciembre)

<sup>3</sup> Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (BOE 159, de 4 de julio)

<sup>4</sup> DECRETO 169/2006, de 10 de noviembre, del Consell, por el que se aprueba el Estatuto del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana. (DOCV 5387 de 14 de noviembre)

### **3.2.1 LEGISLACIÓN ESTATAL BÁSICA.**

El artículo 6 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista<sup>5</sup>, normativa básica dictada al amparo de la regla 13ª del artículo 149.1 de la Constitución y la diversa normativa autonómica dictada en su desarrollo y aplicación, somete la apertura de un gran establecimiento comercial a una licencia específica para cuya concesión se ponderará la existencia o no de un equipamiento comercial adecuado en la zona afectada por el nuevo emplazamiento y los efectos que éste pudiera ejercer sobre la estructura comercial de aquélla, así como los efectos negativos que la implantación de una gran superficie pueda representar para el pequeño comercio. En el procedimiento de otorgamiento se incluye, entre otros trámites, la emisión de informe preceptivo, pero no vinculante, por parte del Tribunal de Defensa de la Competencia.

La legislación estatal considera como gran establecimiento, y por tanto sujeto a esa licencia específica, a los establecimientos comerciales con una superficie útil de exposición y venta superior a 2.500 metros cuadrados; no obstante, deja la posibilidad a las Comunidades Autónomas de poder considerar como gran establecimiento otros de superficie inferior (art. 2.3.).

El establecimiento de esta segunda licencia tuvo origen en la consideración de que la apertura de dichas superficies afectaba no sólo al municipio en el que se instalara, sino que además tenía efectos en el ámbito supramunicipal, afectando al comercio en la zona de influencia, por lo que se consideró necesaria la autorización también de la Administración Autonómica, por los posibles efectos que pudieran tener en su territorio.

### **3.2.2 LEGISLACIÓN AUTONÓMICA.**

En el ámbito de la Comunidad Valenciana, el Estatuto de Autonomía en su redacción dada por la Ley Orgánica 1/2006, de 10 de abril, de Reforma de la Ley Orgánica 5/1982, de 1 de julio, atribuye en su artículo 49 apartado 35, a la Generalitat la competencia exclusiva en materia de comercio interior.

---

<sup>5</sup> Ley 7/1996, de 15 enero, de Ordenación del comercio minorista (BOE 17 enero 1996, núm. 15),

En el ejercicio de esta competencia exclusiva se dictó la Ley 8/1986, de 29 de diciembre, de Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales de la Generalitat<sup>6</sup> que, en uso de la posibilidad prevista en la Ley estatal, establece una superficie menor para la consideración de grandes superficies comerciales, al establecer en su art. 17.2 *“Se considerará en todo caso establecimiento de gran superficie los que tengan una superficie dedicada a la venta igual o superior a 1.000 metros cuadrados, o en poblaciones de menos de 40.000 habitantes los que tengan una superficie dedicada a la venta igual o superior a 600 metros cuadrados.”*

Por su parte, el Decreto 256/1994, de 20 de diciembre, de Autorización Administrativa de Grandes Superficies, de la Generalitat<sup>7</sup>, regula el procedimiento de concesión de la autorización, sin que este contenga disposiciones diferentes a las establecidas en la normativa estatal en el ámbito de la defensa de la competencia. Esta autorización es preceptiva, en el ámbito de la Comunitat Valenciana, para la modificación, ampliación o reapertura cuando haya permanecido cerrada durante más de un año, conforme establece su artículo 1.

Respecto a las competencias autonómicas para su autorización, éstas corresponden a la Consellería de Industria, Comercio e Innovación, de la Generalitat, y en concreto a la Dirección General de Comercio y Consumo, en virtud de lo establecido en el Decreto del Consell 130/2007, de 27 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico y Funcional de la citada Conselleria.

El plazo de Resolución se encuentra regulado en la Disposición Adicional Séptima de la Ley 11/2000, de 28 de diciembre, de Medidas Fiscales, de Gestión Administrativa y Financiera, y de Organización de la Generalitat Valenciana, que establece un plazo máximo de resolución de seis meses para todo el procedimiento de autorización.

El Tribunal Constitucional en su sentencia 124/2003, de 19 de junio, resolvió, utilizando el mismo criterio de reparto de competencias que en la materia de defensa de la competencia, que la exigencia del informe del Tribunal de

---

<sup>6</sup> Ley 8/1986, de 29 de diciembre, de ordenación del comercio y superficies comerciales [DOGV núm. 497, de 31 de diciembre]

<sup>7</sup> Decreto 256/1994, de 20 diciembre (DOCV 17 enero 1995, núm. 2429)



Defensa de la Competencia resulta constitucional si se entiende referido a las licencias comerciales específicas para grandes establecimientos cuando su instalación en la zona de que se trate pueda alterar la libre competencia en un ámbito supraautonómico, con lo que en el resto de los casos existiría campo para la actuación de los órganos autonómicos de defensa de la competencia.

En aplicación de esta sentencia y desde su constitución, el TDCCV ha asumido la función de emisión de informe preceptivo en el procedimiento de concesión de autorización para las grandes superficies comerciales, de acuerdo con la normativa sectorial estatal y autonómica.

### 3.3 PERSPECTIVAS DE FUTURO.

En la actualidad la transposición de 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, impone una revisión de la normativa estatal y autonómica comentada en el epígrafe anterior, toda vez que considera, en general, que deben suprimirse aquellos trámites o procedimientos de autorización previos para la prestación de servicios que no estén debidamente justificados en razones imperiosas de interés general, no sean proporcionales, esto es, no sea (la autorización) el instrumento más adecuado para garantizar la consecución del objetivo que se persigue porque existen otras medidas menos restrictivas que permitan obtener el mismo resultado, y sean discriminatorios. Igualmente, califica en su artículo 14 como requisito prohibido el supeditar el acceso a una actividad de servicios o su ejercicio en sus respectivos territorios a la *aplicación, caso por caso, de una prueba económica que demuestre la existencia de una necesidad económica o de una demanda en el mercado, a que se evalúen los efectos económicos, posibles o reales, de la actividad o a que se haga una apreciación de si la actividad se ajusta a los objetivos de programación económica fijados por la autoridad competente..*

El cumplimiento de la Directiva por los Estados miembros, por lo que al ámbito de este informe se refiere, exigirá un cuidado sopesamiento por parte de las autoridades estatales y autonómicas, de la necesidad, por razón de interés general, de seguir manteniendo un procedimiento específico de

autorización basado en la valoración sobre la existencia o no de un equipamiento comercial adecuado en la zona afectada por el nuevo emplazamiento y los efectos que éste puede ejercer sobre la estructura comercial de aquélla, así como los efectos negativos que la implantación de una gran superficie pueda representar para el pequeño comercio. Todos estos criterios caerían en la prohibición de hacer juicios o análisis económicos prevista en el artículo 14 de la Directiva.

Por otra parte, es necesario resaltar que la introducción de este mecanismo, que desde la perspectiva de la competencia supone una herramienta de control de la oferta, no ha conseguido frenar la pérdida de participación en términos de superficie comercial del comercio tradicional, que ha pasado de un 13% en 1994 a un 4,4% en el año 2006, según datos de la consultora AC Nielsen. La existencia de esta licencia específica ha sido criticada en reiteradas ocasiones por las autoridades de defensa de la competencia, pues constituye, desde la perspectiva de la competencia, el establecimiento de una barrera de entrada regulatoria a nuevos operadores, limitando el número de potenciales competidores, a través de un control de la oferta que consolida el poder de los ya instalados

A este respecto, conviene tener presente que el Proyecto de Ley de reforma de la Ley 7/1996, del Estado de Ordenación del Comercio Minorista, actualmente en fase de enmiendas en el Congreso de los Diputados, establece con carácter general que la instalación de establecimientos no estará sujeta a régimen de autorización comercial. No obstante lo anterior, la instalación de establecimientos comerciales podrá quedar sometida a una autorización que se concederá por tiempo indefinido cuando, una vez aplicados el juicio de proporcionalidad y el principio de no discriminación, de manera clara e inequívoca concurren razones imperiosas de interés general relacionadas con la distribución comercial, que motiven suficientemente en la ley que establezca dicho régimen. La valoración de la proporcionalidad impone la constatación de que dicho régimen (autorización) sea el instrumento más adecuado para garantizar la consecución del objetivo que se persigue porque no existen otras medidas menos restrictivas que permitan obtener el mismo resultado, en particular cuando un control a posteriori se produjese demasiado tarde para ser realmente eficaz.

Habida cuenta el margen que el proyecto de reforma de la Ley estatal deja a las Comunidades Autónomas para poder establecer un sistema de autorización excepcional para establecimientos comerciales, habrá que estar atentos a cómo se desarrolla esa previsión legislativa estatal en las Comunidades Autónomas, y , por lo que hace a las competencias de este TDCCV, al proyecto de modificación de la Ley 8/1986, de 29 de diciembre, de Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales de la Generalitat que las autoridades competentes de la Generalitat Valenciana habrán de presentar para cumplir con la Directiva y con la futura Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

## **4. PROCEDIMIENTO DE EMISIÓN DE INFORMES.**

### **4.1. ETAPAS EN LA EMISIÓN DE INFORMES**

En una primera etapa, el antiguo Tribunal de Defensa de la Competencia, ahora Comisión Nacional de la Competencia, emitía los informes sobre apertura de grandes superficies comerciales correspondientes a todo el territorio nacional. La Sentencia dictada por el Tribunal Constitucional núm. 124/2003 de 19 de junio reconoció la competencia de los órganos de defensa de la competencia autonómicos cuando la operación tuviera efectos infraautonómicos de tal manera que, a partir de dicha resolución, los órganos de defensa de la competencia de carácter autonómico pasaron a ostentar las competencias en ese ámbito, y por ende, quedaron facultados para la emisión de dichos informes.

Sin embargo, y hasta la constitución del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana, los informes sobre apertura de grandes superficies comerciales que afectaban al ámbito de la Comunitat Valenciana eran emitidos por el antes Tribunal y ahora Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia, en virtud de lo establecido en la Disposición Transitoria Única de la Ley 1/2002, de 21 de febrero, de Coordinación de las Competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas en materia de defensa de la Competencia..

Actualmente, y a partir de su constitución, el TDCCV comienza a ejercer sus funciones, y entre ellas, la emisión de Informes en la materia mencionada, a solicitud de la Dirección General de Comercio y Consumo, órgano competente para resolver la autorización requerida para la instalación de grandes establecimientos comerciales.

A finales de julio 2008 se reciben en este Tribunal las primeras solicitudes de informe sobre apertura de grandes establecimientos comerciales, y comienza la actual etapa a partir de la cual el TDCCV entra a conocer e informar dichos expedientes.

## **4.2. PROCEDIMIENTO DE LA TRAMITACIÓN DE INFORMES.**

En primer lugar, la Dirección General de Comercio y Consumo, que es la competente para la autorización de instalación de este tipo de establecimientos en el ámbito territorial de la CV, remite los expedientes de solicitud de apertura, modificación, y ampliación, al TDCCV para que emita el correspondiente Informe preceptivo, no vinculante, en el ámbito de los efectos sobre la competencia.

A continuación el Tribunal designa Ponente para que estudie el expediente y eleve la propuesta al Pleno del Tribunal.

En una primera fase de la tramitación, se analiza el expediente, considerando sus aspectos formales y comprobando que la documentación aportada por el interesado contiene todos los datos necesarios para la elaboración del informe, exigiendo, en caso de falta de elementos relevantes para el estudio, la subsanación mediante la remisión de la correspondiente información complementaria.

En cuanto al fondo, cuando el expediente contiene toda la información necesaria para su estudio, el análisis se centra en los efectos que el nuevo establecimiento tendrá sobre la libre competencia. -

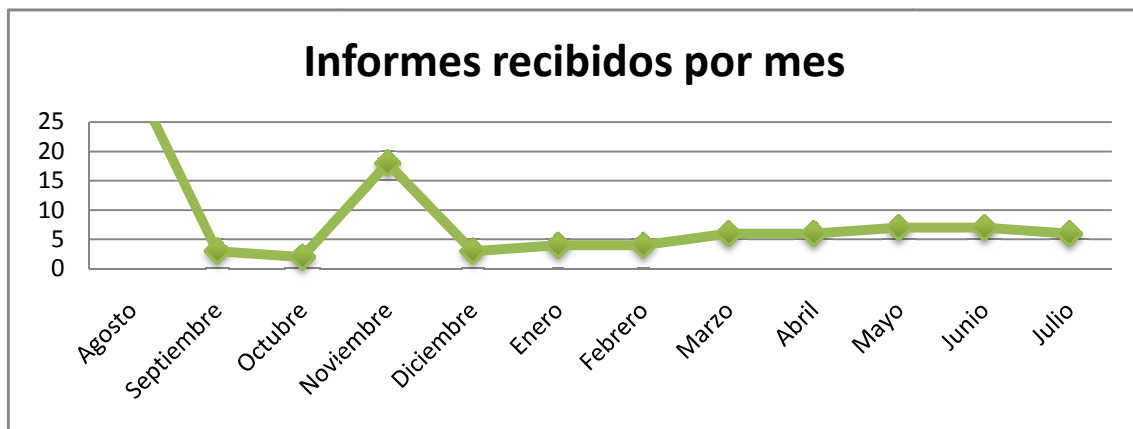
Una vez estudiado el asunto por el Ponente, eleva la propuesta al Pleno del Tribunal, que la debate y emite la correspondiente Resolución, que da lugar al Informe definitivo.

Durante el periodo objeto del presente estudio todos los informes evacuados por el TDCCV han sido resueltos en sentido favorable a la emisión de la autorización solicitada por considerar que no se apreciaban efectos que perjudicaran la competencia.

### 4.3. GESTIÓN DE LOS INFORMES EMITIDOS.

#### 4.3.1 EVOLUCIÓN CUANTITATIVA

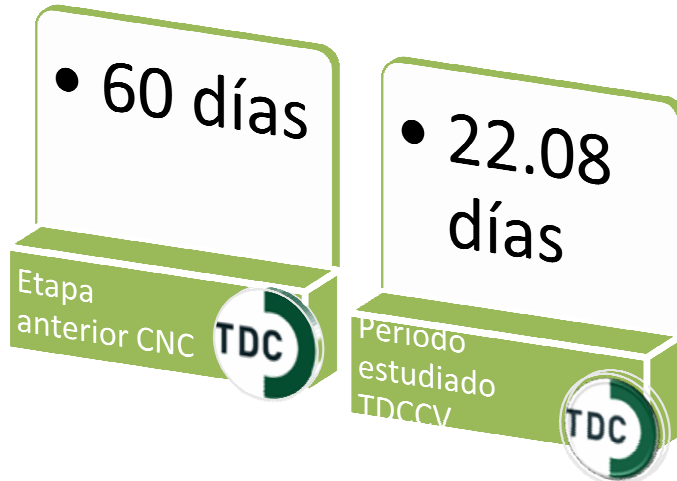
El grafico siguiente muestra la evolución mensual de los informes emitidos, los picos de mayor volumen corresponden a la acumulación de solicitudes recibidas de la Dirección General de Comercio y Consumo, en los primeros meses de funcionamiento del TDCCV, a causa del intervalo temporal que deja de resolver la Comisión Nacional de la Competencia, y pasa al TDCCV.



La media del periodo es de 8,25 informes mensuales-

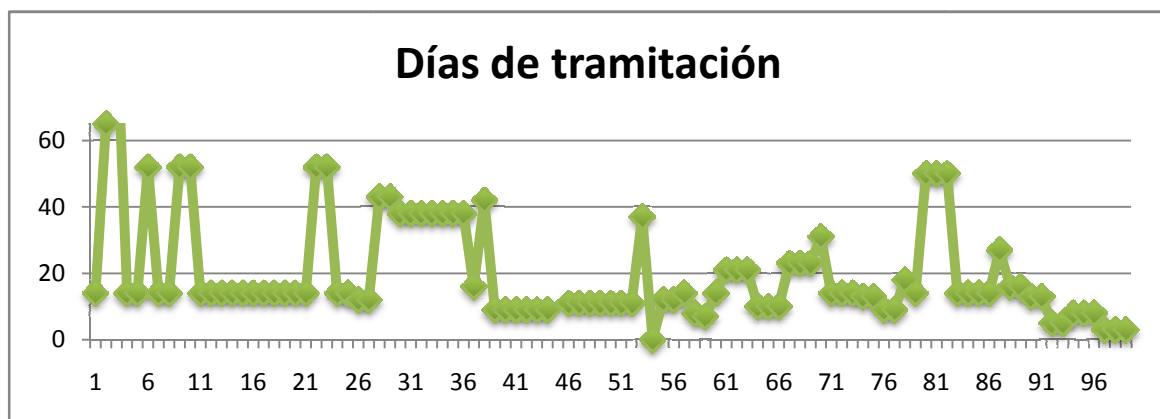
### 4.3.2 PLAZO DE TRAMITACIÓN

El grafico que muestra la evolución del tiempo de tramitación, refleja la



agilidad con que se emiten los informes actualmente. De los dos meses aproximadamente que tardaban los informes en la anterior etapa de informe por la autoridad estatal (Tribunal de Defensa de la competencia y

Comisión Nacional de la Competencia), pasamos a 22,08 días de media desde que el TDCCV ha asumido dicha función. Los picos de mayor duración se deben a expedientes que han precisado de información complementaria.



## **5. INFORMES EMITIDOS POR EL TDCCV EN EL PERIODO 1 AGOSTO 2008 A 31 JULIO 2009.**

### **5.1. CUESTIONES GENERALES.**

Este Tribunal ha emitido, durante el primer año de funcionamiento, 99 informes correspondientes a los expedientes de solicitud de nuevas instalaciones de grandes establecimientos comerciales, remitidos por la Dirección General de Comercio.

Hasta la constitución del TDCCV, y como se ha comentado anteriormente, era la Comisión Nacional de la Competencia (antes TDC) quien ejercía las funciones de emisión de informe preceptivo. Con la constitución de los órganos autonómicos en la materia, se evidencian efectos beneficiosos, tanto en agilización del plazo de resolución, que ha pasado, según fuentes de la Dirección General de Comercio, de dos meses aproximadamente que tardaba en recibirse el informe desde Madrid, a poco más de quince días en la actualidad, como en el análisis más próximo que se realiza, lo que permite conocer con más detalle las circunstancias concurrentes en cada expediente de autorización.

Este Estudio recoge las características del conjunto de los informes emitidos. Se han considerado los datos relativos a: superficie útil de venta, empleo previsto, inversión estimada, localización según el número de habitantes, especificación por sectores y enseñas comerciales, y el correspondiente desglose por provincias.



## 5.2. RELACIÓN DE INFORMES EMITIDOS.

ISC	ENSEÑA COMERCIAL	PROVINCIA	MUNICIPIO	SUPERFICIE ÚTIL VENTA (m2)	FECHA ENTRADA TDCCV	FECHA DICTAMEN TDCCV
1/2008-1	DOMUS	ALICANTE	FINESTRAT	995,00	28/07/2008	08/08/2008
2/2008-2	LOS TELARES	VALENCIA	CARCAIXENT	1.166,66	28/07/2008	30/09/2008
3/2008-3	EL CORTE ORIENTAL	VALENCIA	BENETUSSER	884,00	28/07/2008	31/10/2008
4/2008-4	EL ÁRBOL	ALICANTE	PILAR DE LA HORADADA	893,90	28/07/2008	08/08/2008
5/2008-5	ALDI	VALENCIA	ALBAIDA	783,62	28/07/2008	08/08/2008
6/2008-6	Consum	VALENCIA	BETERA	1.574,80	28/07/2008	18/09/2008
7/2008-7	BRICOHOUSE	ALICANTE	ROJALES	838,00	28/07/2008	08/08/2008
8/2008-8	MERCADONA	ALICANTE	EL VERGER	1.849,00	28/07/2008	08/08/2008
9/2008-9	Consum	VALENCIA	AIELO DE MALFERIT	1.109,97	28/07/2008	18/09/2008
10/2008-10	Carrefour Express	VALENCIA	GANDIA	1.349,70	28/07/2008	18/09/2008
11/2008-11	TOYOTA	CASTELLON	CASTELLÓN	1.345,60	28/07/2008	08/08/2008
12/2008-12	LEROY MERLIN	VALENCIA	BURJASSOT	11.490,00	28/07/2008	08/08/2008
13/2008-13	ARDY	CASTELLON	CASTELLÓN	5.679,00	28/07/2008	08/08/2008
14/2008-14	KIABI	ALICANTE	SAN JUAN DE ALICANTE	1.238,00	28/07/2008	08/08/2008
15/2008-15	SUPERMERCADO CIUDAD QUESADA	ALICANTE	ROJALES	1.101,80	28/07/2008	08/08/2008
16/2008-16	DOMUS	VALENCIA	MASSANASSA	1.386,00	28/07/2008	08/08/2008
17/2008-17	KIABI	VALENCIA	GANDIA	1.105,60	28/07/2008	08/08/2008
18/2008-18	ALDI	VALENCIA	SILLA	934,80	28/07/2008	08/08/2008
19/2008-19	KIABI	VALENCIA	TORRENTE	1.253,50	28/07/2008	08/08/2008
20/2008-20	BRICOMAN	ALICANTE	LA NUCIA	1.731,00	28/07/2008	08/08/2008
21/2008-21	LIDL	ALICANTE	NOVELDA	683,10	28/07/2008	08/08/2008
22/2008-22	EROSKI CENTER	CASTELLON	VILA-REAL	1.677,60	28/07/2008	18/09/2008
23/2008-23	MERCADONA	VALENCIA	MONCADA	1.510,93	28/07/2008	18/09/2008
24/2008-24	ALDI	VALENCIA	ONTENIENTE	746,08	28/07/2008	08/08/2008
25/2008-25	TOYS LEVANTE	VALENCIA	SAGUNTO	8.835,70	04/09/2008	18/09/2008
26/2008-26	C&A	ALICANTE	PETRER	898,00	04/09/2008	15/09/2008
27/2008-27	GRUP SUPECO MAXOR, S.L.U.	ALICANTE	CALPE	849,30	04/09/2008	15/09/2008

28/2008-28	VIDAL	VALENCIA	CHELLA	1.776,00	06/08/2008	18/09/2008
29/2008-29	VIDAL	VALENCIA	ONTENIENTE	1.386,30	06/08/2008	18/09/2008
30/2008-30	LIDL	ALICANTE	TEULADA	1.012,90	11/08/2008	18/09/2008
31/2008-31	URENDE	ALICANTE	PETRER	1.771,00	11/08/2008	18/09/2008
32/2008-32	VIDAL	ALICANTE	FINESTRAT	1.550,50	11/08/2008	18/09/2008
33/2008-33	MAS Y MAS	ALICANTE	PILAR DE LA HORADADA	1.397,80	11/08/2008	18/09/2008
34/2008-34	KING JOUET	VALENCIA	ALDAIA	774,10	11/08/2008	18/09/2008
35/2008-35	BRICOMART	VALENCIA	MASSANASSA	7.830,00	11/08/2008	18/09/2008
36/2008-36	C & A	ALICANTE	FINESTRAT	1.408,00	11/08/2008	18/09/2008
37/2008-37	INTESPORT	CASTELLON	CASTELLÓN DE LA PLANA	1.063,00	01/10/2008	17/10/2008
38/2008-38	MAS Y MAS	VALENCIA	XÀTIVA	933,00	01/10/2008	12/11/2008
39/2008-39	MAS Y MAS	CASTELLON	CASTELLÓN DE LA PLANA	1.310,00	03/11/2008	12/11/2008
40/2008-40	MERCADONA	ALICANTE	SAN JUAN DE ALICANTE	1.874,60	03/11/2008	12/11/2008
41/2008-41	LEROY MERLIN	VALENCIA	MASSANASSA	3.750,00	03/11/2008	12/11/2008
42/2008-42	ALDI	VALENCIA	XÀTIVA	783,60	03/11/2008	12/11/2008
43/2008-43	MERCADONA	VALENCIA	MANISES	1.661,20	03/11/2008	12/11/2008
44/2008-44	MERCADONA	VALENCIA	MANISES	1.930,20	03/11/2008	12/11/2008
45/2008-45	EL CORTE CHINO	ALICANTE	SANTA POLA	963,20	03/11/2008	12/05/2009
46/2008-46	CONSUM	ALICANTE	ONIL	1620,8	10/11/2008	21/11/2008
47/2008-47	LIDL	VALENCIA	RIBA-ROJA DEL TURIA	799,9	10/11/2008	21/11/2008
48/2008-48	VIDAL	VALENCIA	RIBA-ROJA DEL TURIA	1779,4	10/11/2008	21/11/2008
49/2008-49	VIDAL	VALENCIA	SOLLANA	1672,9	10/11/2008	21/11/2008
50/2008-50	VIDAL	VALENCIA	SAN JUAN DE ENOVA	1729,8	10/11/2008	21/11/2008
51/2008-51	CONSUM	ALICANTE	AGOST	1361,7	10/11/2008	21/11/2008
52/2008-52	MERKAL	VALENCIA	ALFAFAR	651,2	10/11/2008	21/11/2008
53/2008-53	AKI Bricolaje España, S.L.	CASTELLON	PEÑÍSCOLA	3046	10/11/2008	17/12/2008
54/2008-54	ALDI	VALENCIA	ONTENIENTE	788	14/11/2008	26/02/2008
55/2008-55	H & M	VALENCIA	CARCAIXENT	1604	14/11/2008	26/11/2008
56/2008-56	BRICOKING	CASTELLON	PEÑÍSCOLA	2396	14/11/2008	26/11/2008
57/2008-57	H & M	VALENCIA	VALENCIA	1237,1	03/12/2008	17/12/2008
58/2008-58	MERCADONA	VALENCIA	PATERNA	1764,9	09/12/2008	17/12/2008
59/2008-59	Consum	ALICANTE	ROJALES	2004,9	16/12/2008	24/12/2008

1/2009-60	ALDI	Alicante	Benitachel	697,60	16/01/2009	29/01/2009
2/2009-61	JYSK	Alicante	Ondara	746,30	21/01/2009	10/02/2009
3/2009-62	LIDL	Alicante	Torreveija	1.308,40	21/01/2009	10/02/2009
4/2009-63	H&M	Valencia	Valencia	1.048,40	21/01/2009	10/02/2009
5/2009-64	MERCADONA	Alicante	Benijófar	1.698,50	24/02/2009	05/03/2009
6/2009-65	C&A	Valencia	Carcaixent	1.348,50	24/02/2009	05/03/2009
7/2009-66	H&M	Valencia	Gandia	1.625,00	24/02/2009	05/03/2009
8/2009-67	ALDI	Alicante	Petrer	793,70	04/03/2009	26/03/2009
9/2009-68	EROSKI	Valencia	Cullera	5.053,00	04/03/2009	26/03/2009
10/2009-69	SUPERCOR	Valencia	Mislata	1.518,60	04/03/2009	26/03/2009
11/2009-70	CONSUM	Castellón	Vila-Real	1.687,60	24/02/2009	26/03/2009
12/2009-71	VIDAL	Valencia	Valencia	1.990,70	13/03/2009	26/03/2009
13/2009-72	VIDAL	Alicante	Orihuela	2.207,20	13/03/2009	26/03/2009
14/2009-73	ZARA	Valencia	Valencia	1.401,50	13/03/2009	26/03/2009
15/2009-74	CONSUM	Valencia	Sagunto	1.764,90	01/04/2009	08/04/2009
16/2009-75	CONSUM	Castellón	Almenara	1.594,30	01/04/2009	08/04/2009
17/2009-76	ALDI	Alicante	Sant Joan d'Alacant	727,70	08/04/2009	16/04/2009
18/2009-77	TIENDA DE BENETUSER	Valencia	Benetússer	880,00	08/04/2009	16/04/2009
19/2009-78	MERCADONA	Valencia	Valencia	2.000,00	16/04/2009	30/04/2009
20/2009-79	MASYMAS	Castellón	Borriol	808,90	29/04/2009	12/05/2009
21/2009-80	MASYMAS	Alicante	Els Poblets	622,72	21/05/2009	09/07/2009
22/2009-81	MASYMAS	Alicante	Eix	1.382,00	21/05/2009	09/07/2009
23/2009-82	MASYMAS	Alicante	Pego	1.172,00	21/05/2009	09/07/2009
24/2009-83	MERCADONA	Valencia	Valencia	1.902,00	29/05/2009	11/06/2009
25/2009-84	MERCADONA	Valencia	Requena	1.900,00	29/05/2009	11/06/2009
26/2009-85	MERCADONA	Alicante	Torreveija	1.681,90	29/05/2009	11/06/2009
27/2009-86	CONSUM	Valencia	Benetússer	1.569,30	29/05/2009	11/06/2009
28/2009-87	MULTIBAZAR TKL	Valencia	Alfara del Patriarca	879,00	04/06/2009	30/06/2009
29/2009-88	CONSUM	Valencia	Foios	1.626,80	15/06/2009	30/06/2009
30/2009-89	CONSUM	Valencia	Alcàsser	1.496,20	15/06/2009	30/06/2009
31/2009-90	CONSUM	Alicante	Benejúzar	1.486,80	25/06/2009	09/07/2009
32/2009-91	CONSUM	Alicante	Castalla	1.587,00	25/06/2009	09/07/2009
33/2009-92	MERCADONA	valencia	Valencia	1.700,00	25/06/2009	30/06/2009
34/2009-93	CONSUM	valencia	Valencia	1.336,70	25/06/2009	30/06/2009

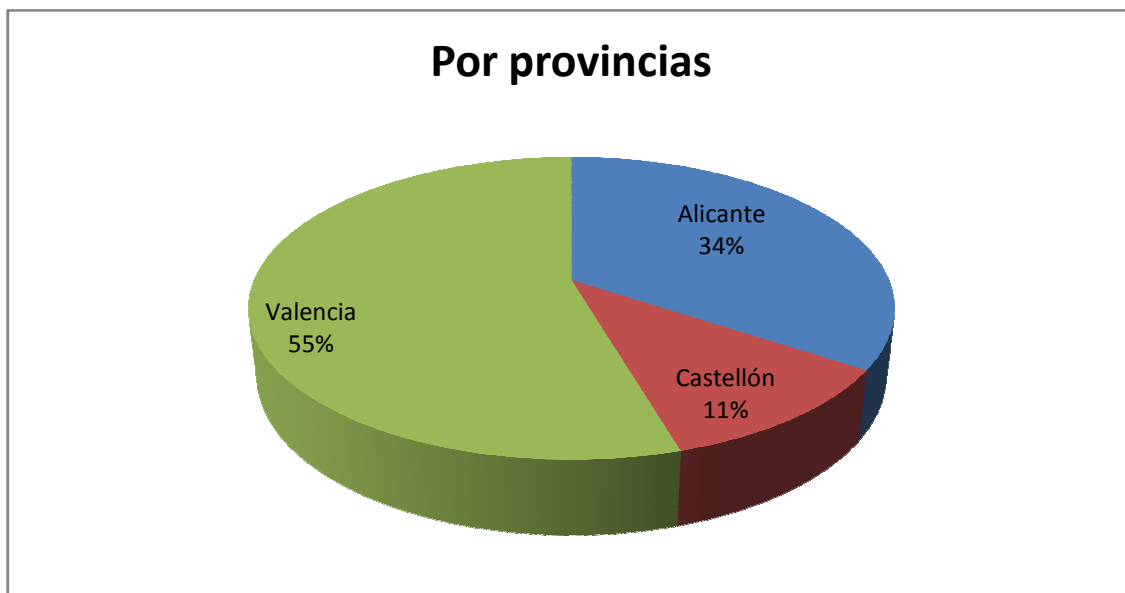
<b>35/2009-94</b>	R.S XATIVA	Valencia	Sedaví	800,00	08/07/2009	16/07/2009
<b>36/2009-95</b>	NEW YORKERS	Valencia	Aldaia	706,60	08/07/2009	16/07/2009
<b>37/2009-96</b>	H&M	Valencia	Valencia	1.572,20	08/07/2009	16/07/2009
<b>38/2009-97</b>	CONSUM	Valencia	Gilet	1.083,00	13/07/2009	16/07/2009
<b>39/2009-98</b>	Sport Zone	Alicante	Elche	1.136,80	13/07/2009	16/07/2009
<b>40/2009-99</b>	JYSK	Castellón	Castellón	1.052,20	13/07/2009	16/07/2009

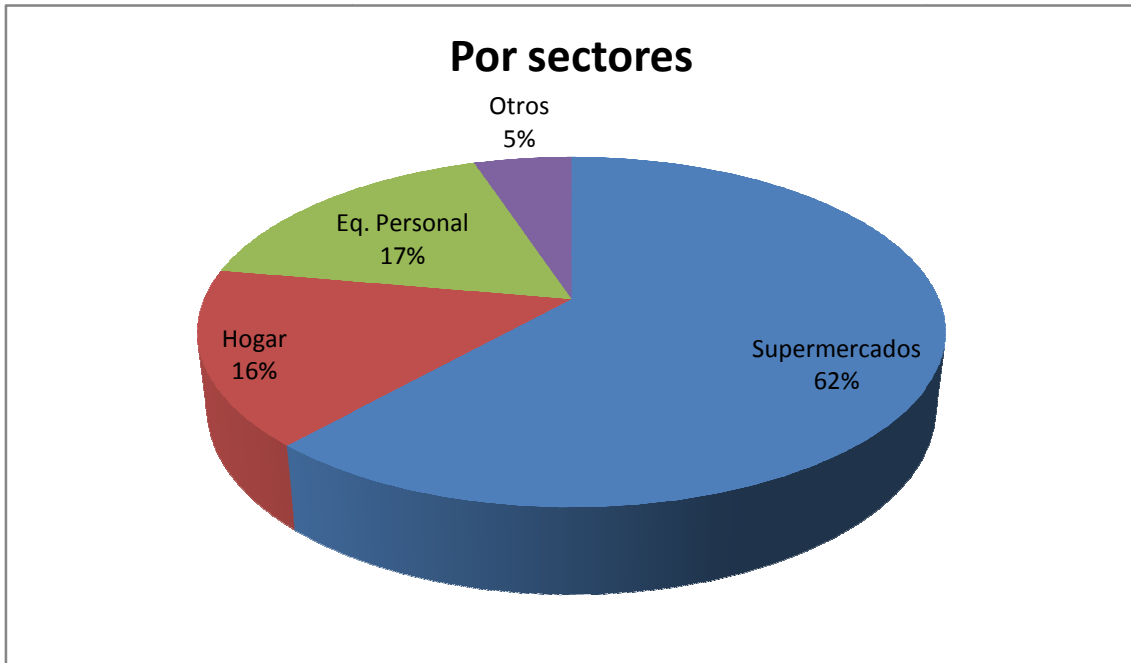
## 6. INFORMACIÓN CUANTITATIVA DE LOS INFORMES.

### 6.1. DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL

De los expedientes estudiados por el TDCCV para emisión de los Informes puede extraerse la información que a continuación se detalla y que representa de forma gráfica y numérica los datos recogidos en los mismos.

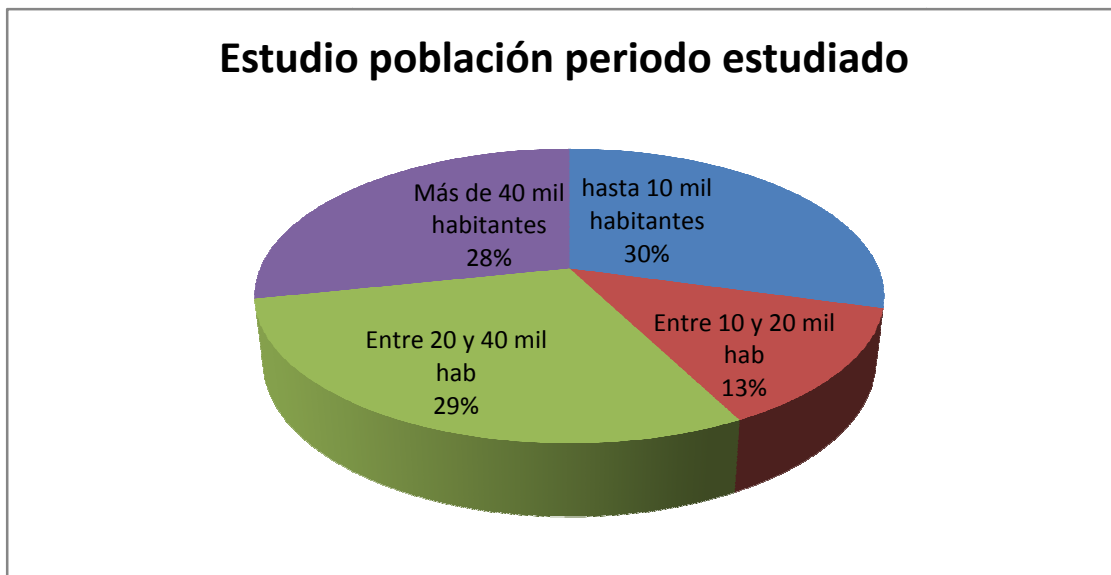
Los 99 informes emitidos por el Tribunal, todos ellos favorables, reflejan que geográficamente, 54 corresponden a la provincia de Valencia, 34 a la de Alicante y 11 a la de Castellón. Por sectores, 81 se refieren a supermercados y tiendas polivalentes, 17 a equipamiento personal, 16 a equipamiento del hogar, y 5 a otros. En cuanto al tipo de solicitud, 85 son de apertura, 9 de ampliación, y 5 de modificación de titularidad.





## 6.2. DISTRIBUCIÓN MUNICIPAL.

Atendiendo al número de habitantes de los municipios donde se ubican, se observa que de los 99 establecimientos autorizados, 29 se ubican en municipios de menos de 10.000 habitantes, lo que representa el 30%; en los municipios entre 10.000 y 20.000 habitantes se instalaron 13 establecimientos, lo que supone el 13%, en los municipios de entre 20.000 y 40.000 habitantes esta cifra supone un 29% del total, y por último en municipios de más de 40.000 habitantes se instalaron 28 establecimientos, lo que supone el 28%.



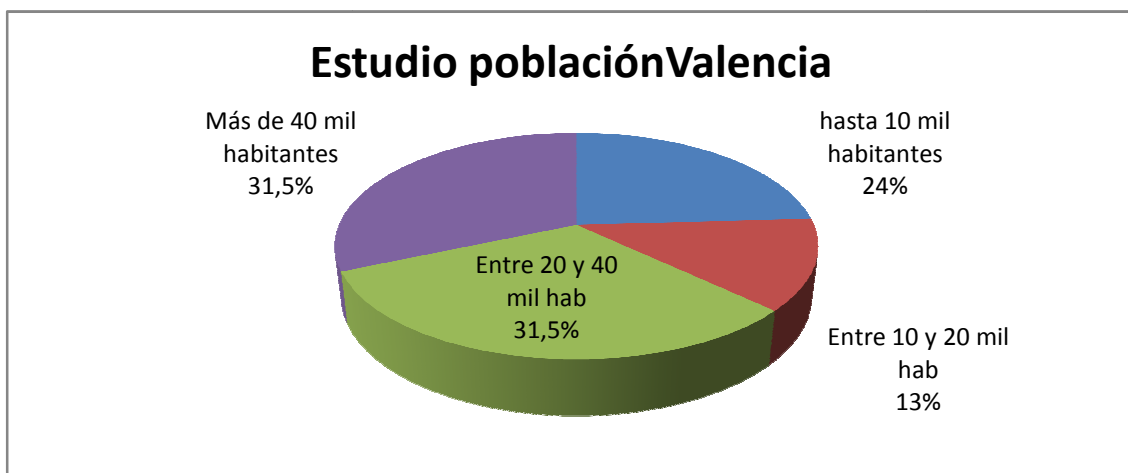
Estudio municipio según número de habitantes

hasta 10 mil habitantes	29	30%
Entre 10 y 20 mil hab	13	13%
Entre 20 y 40 mil hab	29	29%
Más de 40 mil habitantes	28	28%
Total	99	100%

Por provincias, en Valencia, se han emitido 54 informes, 17 corresponden a municipios de más de 40.000 habitantes que suponen el 31,5%, en municipios de 20.000 a 40.000 habitantes también son 17 que representan el 31,5%, en los de 10.000 a 20.000 habitantes son 7 que suponen el 13%, y 13 en los de menos de 10.000 habitantes que representan el 24%.

Estudio municipio según número de habitantes en la provincia de Valencia

hasta 10 mil habitantes	13	24%
Entre 10 y 20 mil hab	7	13%
Entre 20 y 40 mil hab	17	31,5%
Más de 40 mil habitantes	17	31,5%
Total	54	100%

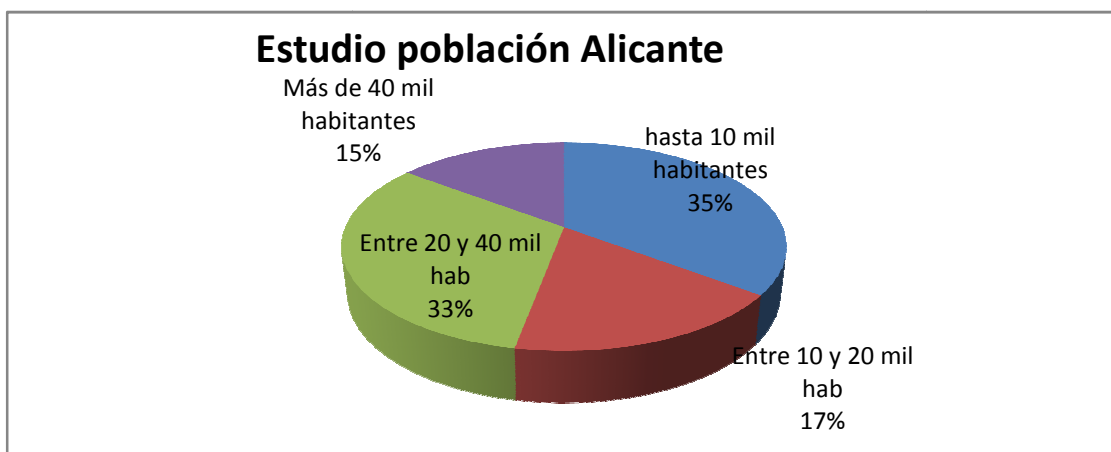




En Alicante, se han emitido 34 informes, 5 corresponden a establecimientos ubicados en municipios de más de 40.000 habitantes que suponen el 15%, 11 en municipios entre 20.000 y 40.000 habitantes que representan el 33%, 6 en municipios de 10.000 y 20.000 habitantes, que equivalen al 17%, y 12 en los de menos de 10.000 habitantes que representan el 35%.

Estudio municipio según número de habitantes en la provincia de Alicante

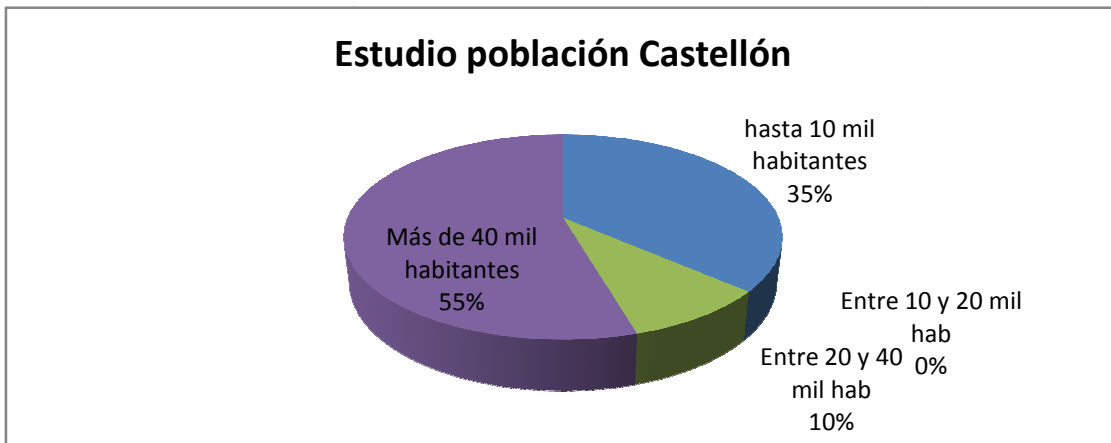
hasta 10 mil habitantes	12	35%
Entre 10 y 20 mil hab	6	17%
Entre 20 y 40 mil hab	11	33%
Más de 40 mil habitantes	5	15%
Total	34	100%



En Castellón, se han emitido 11 informes, 6 en municipios de más de 40.000 habitantes que representan el 55% del total. Entre 20.000 y 40.000 habitantes 1 establecimiento que equivale al 10%, en municipios entre 10.000 y 20.000 habitantes no hay ninguno, y 4 en municipios de menos de 10.000 habitantes, que suponen el 35%.

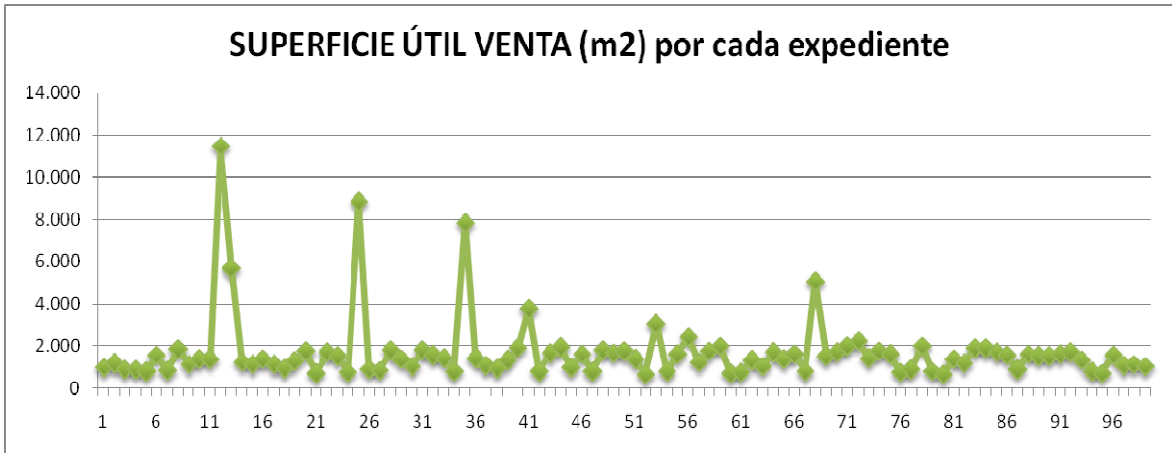
Estudio municipio según número de habitantes en la provincia de Castellón

hasta 10 mil habitantes	4	35%
Entre 10 y 20 mil hab	0	0%
Entre 20 y 40 mil hab	1	10%
Más de 40 mil habitantes	6	55%
Total	11	100%

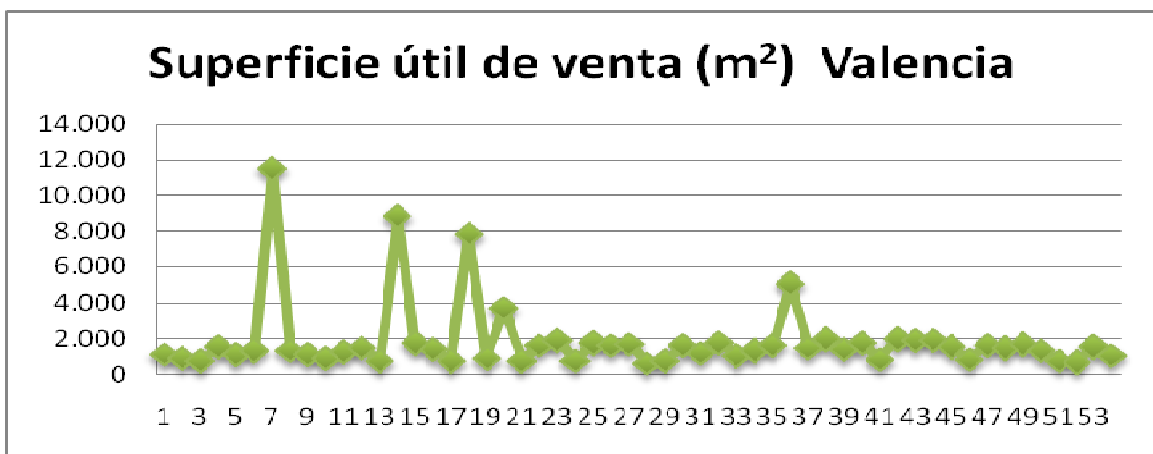


### 6.3. RELACIÓN POR SUPERFICIE DE VENTA.

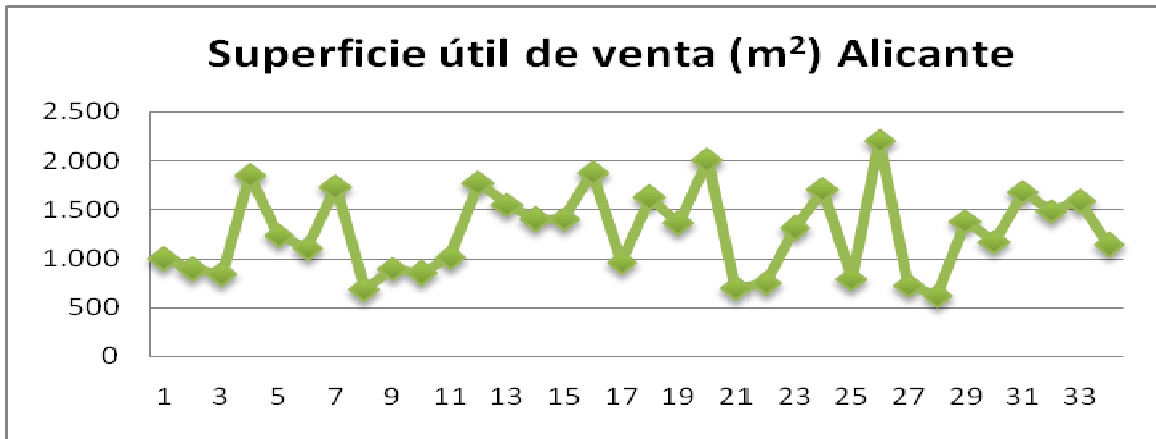
Los 99 informes emitidos suponen en total una superficie de venta de 167.136,68 metros cuadrados. Las graficas muestran claramente que la gran mayoría de informes se corresponden con una superficie útil de venta que no sobrepasa los 2000 metros cuadrados, sólo cuatro de los nuevos establecimientos superan los 4000 metros, y de estos únicamente en un caso está por encima de los 10.000 metros cuadrados. La media de superficie de venta es 1.688,25 metros cuadrados por expediente.



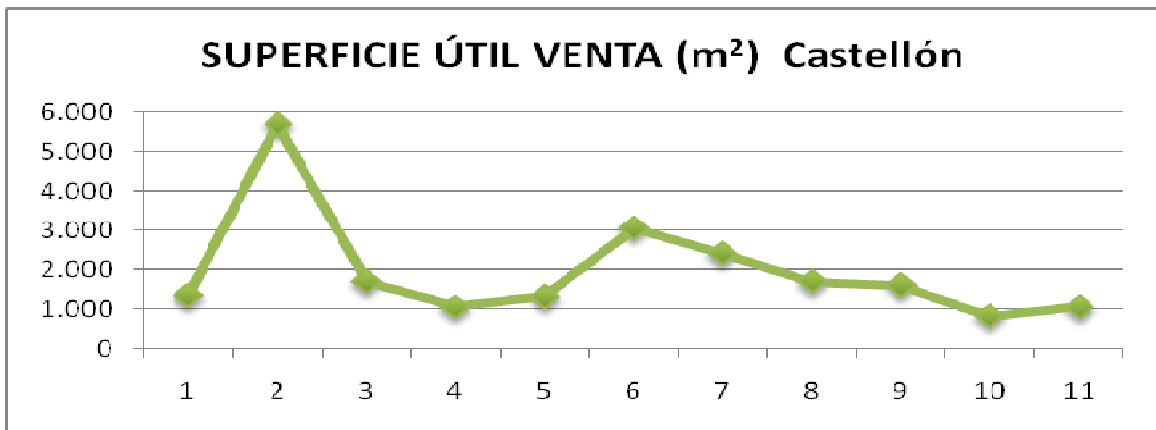
Por provincias, corresponde una nueva superficie de venta de 102.185,36 m<sup>2</sup> a Valencia, con una media de 1.892,32 m<sup>2</sup> por expediente.



En Alicante la nueva superficie de venta es de 43.291,12 m<sup>2</sup> siendo la media por expediente de 1.273,27 m<sup>2</sup>.

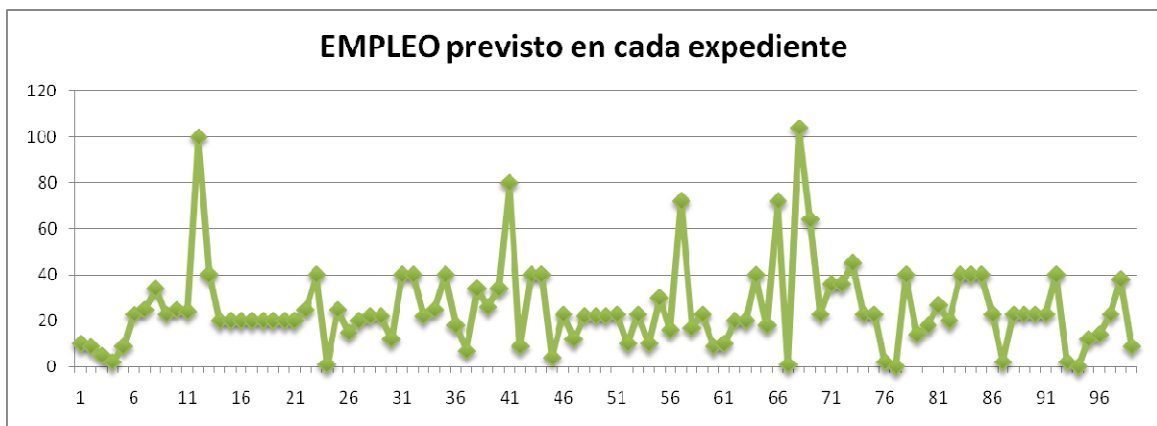


En Castellón, la nueva superficie de venta es de 21.660,20 m<sup>2</sup>, siendo la media de 1.969,11 m<sup>2</sup> por expediente.

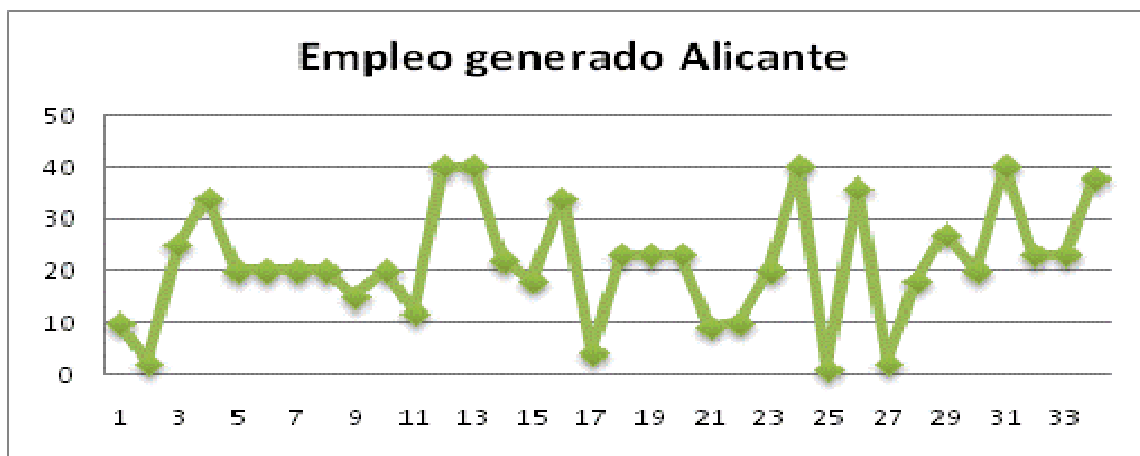


## 6.4.RELACIÓN POR EMPLEO PREVISTO.

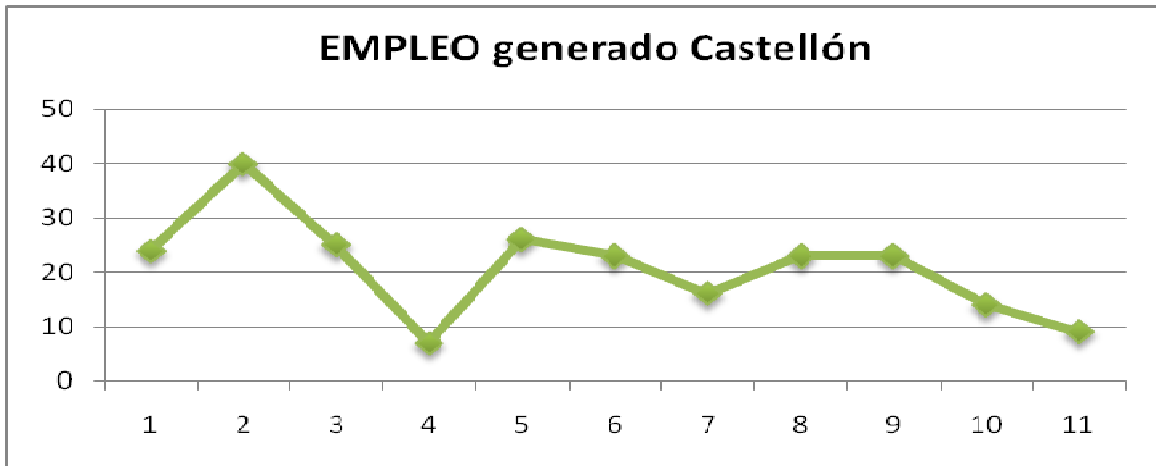
La creación de empleo previsto en el periodo estudiado es de 2.495 nuevos puestos de trabajo, que se corresponden con una media de 25 empleos por expediente.



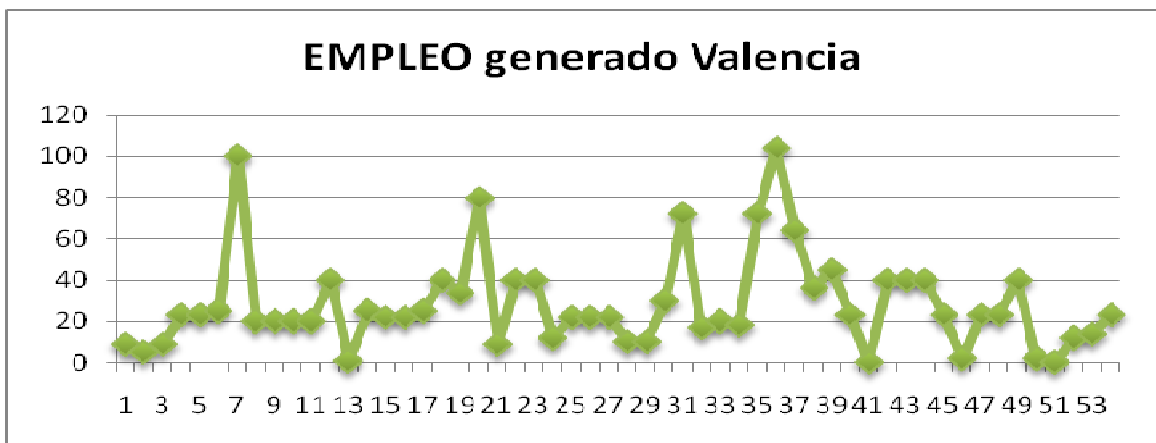
Por provincias, en Alicante los nuevos puestos de trabajo previstos son 732 y una media del periodo completo analizado son 21,53 empleos por expediente.



En Castellón, se estima que la creación de nuevos empleos será de 230, siendo la media del periodo es 20,91 por expediente.

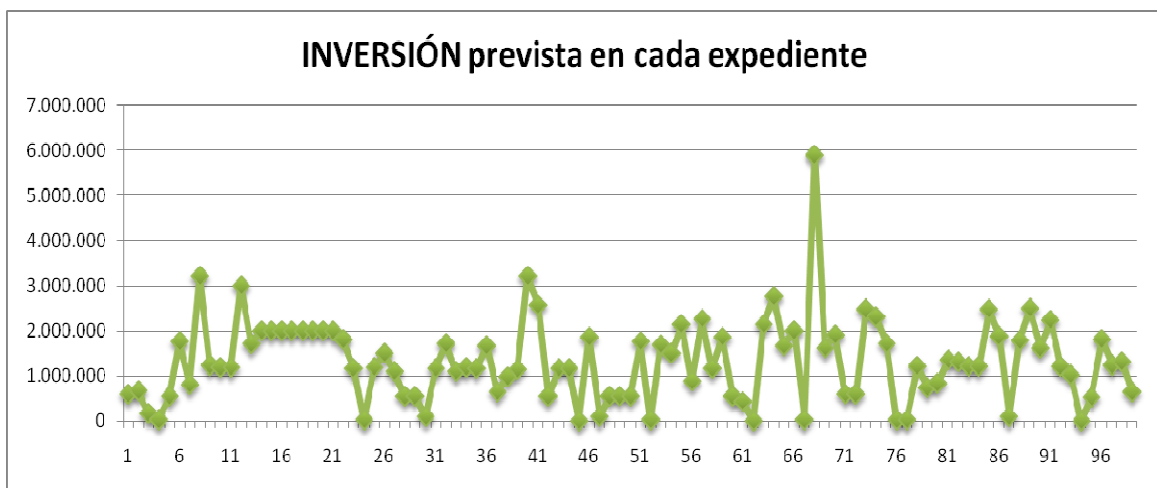


En Valencia, se estima generar 1.533 nuevos empleos y la media es 28,39 por expediente.

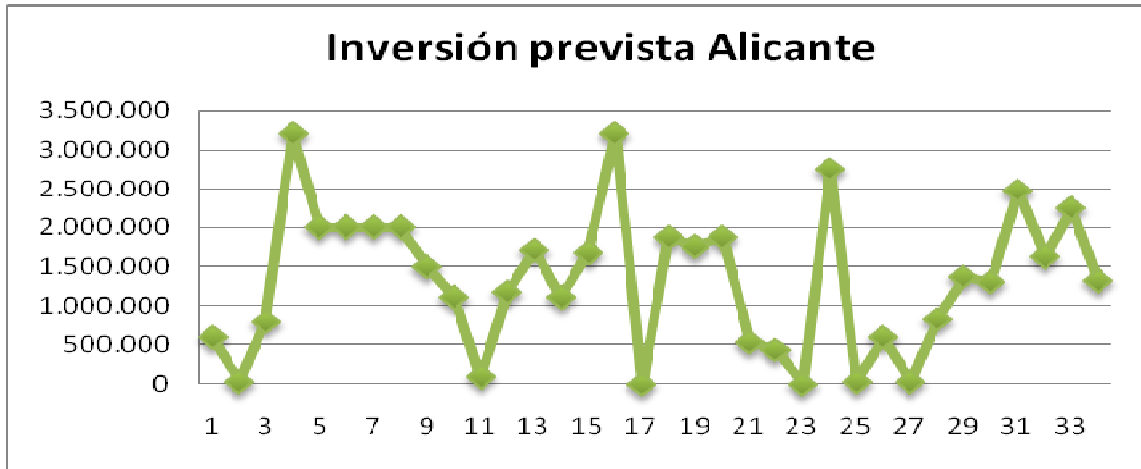


## 6.5. RELACIÓN POR INVERSIÓN ESTIMADA.

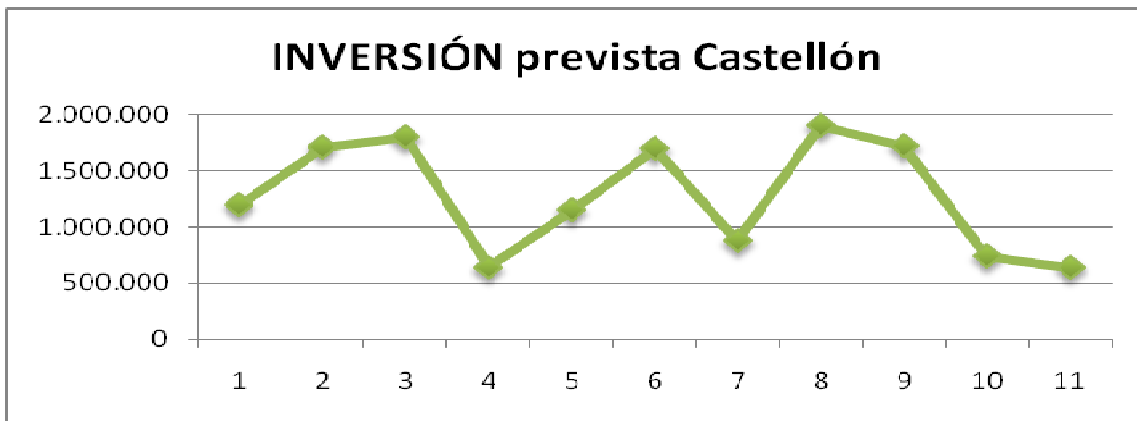
La inversión estimada total para todo el periodo estudiado es de 131.474.464,16 euros, correspondiendo una media por expediente de 1.328.024,89 euros.



Por provincias, en Alicante la inversión estimada es de 45.215.475,11 euros, siendo la media del periodo completo de 1.329.866,92 euros por expediente, muy similar a la media de la Comunitat Valenciana.

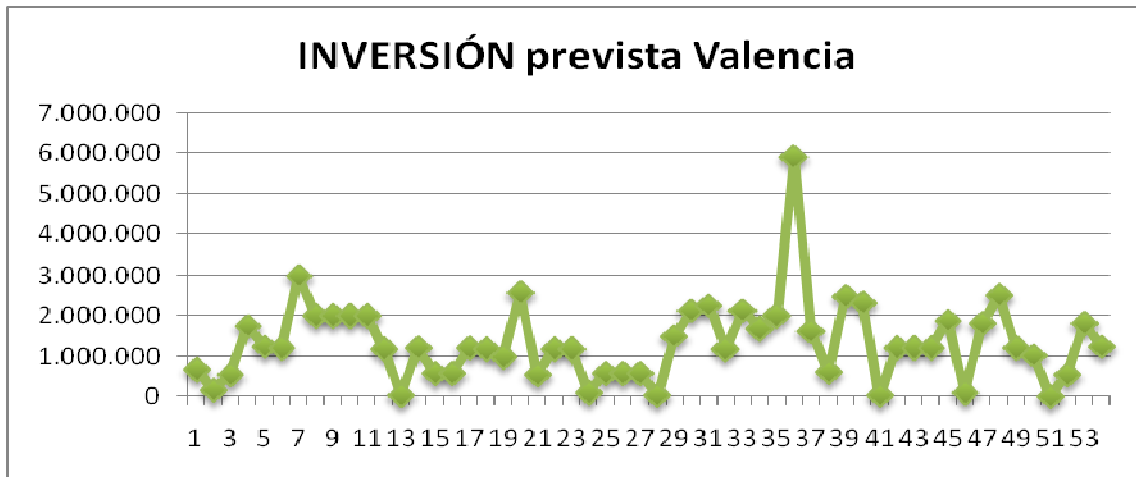


En Castellón, la inversión prevista es de 14.083.814,26 euros, siendo la media por expediente de 1.280.346,75 euros.





En Valencia, la inversión prevista es de 72.175.174,79 euros y la media por expediente de 1.336.577,31 euros.



## 6.6. RELACIÓN POR SECTORES Y ENSEÑAS COMERCIALES.

En los cuadros siguientes se detalla el número de informes y los porcentajes correspondientes a cada uno de los sectores durante el periodo analizado.

Los supermercados representan el 62% del total de expedientes, los establecimientos dedicados a equipamiento personal representan el 17%, los dedicados a muebles y hogar el 16%, y otros el 5%.

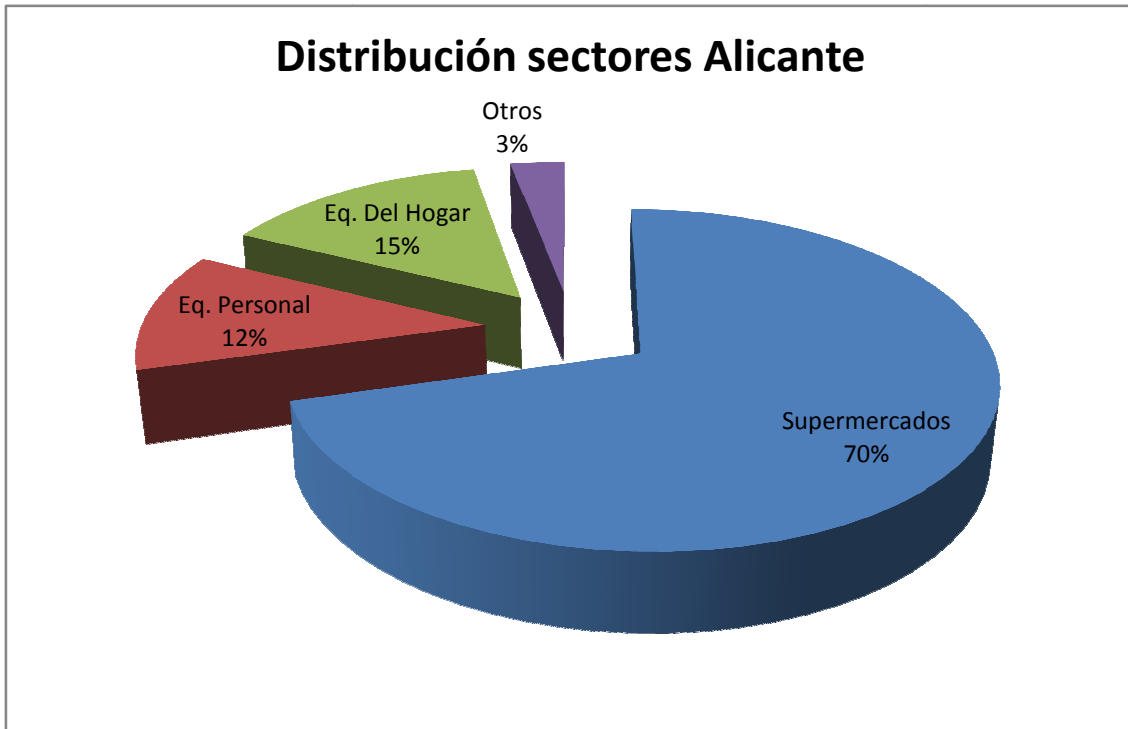
**Periodo 1 Agosto de 2008 a 31 de Julio de 2009**

<b>Supermercados</b>	61	62%
<b>Eq. Personal</b>	17	17%
<b>Eq. Del Hogar</b>	16	16%
<b>Otros</b>	5	5%
<b>TOTAL</b>	99	100%

Por Provincias, tal como se expresa en los siguientes cuadros, la situación es la siguiente:

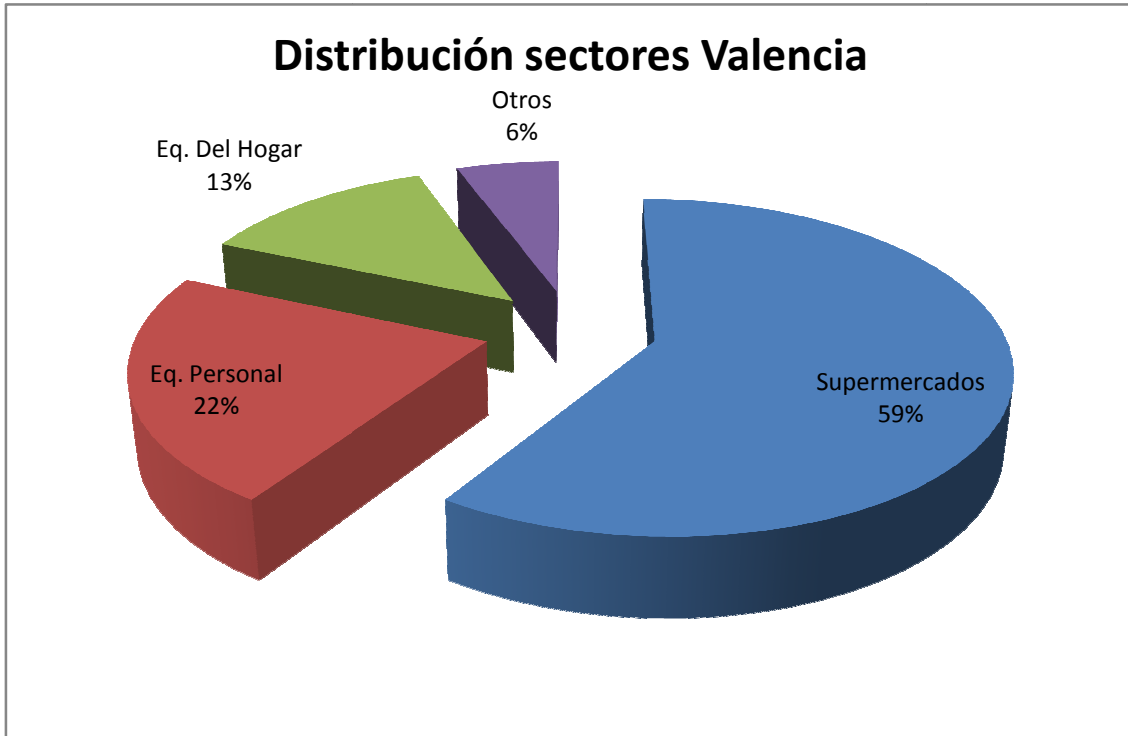
En Alicante, los supermercados representan en el conjunto del periodo analizado, un 70%, un 8% más que en el conjunto de la CV, los establecimientos de equipamiento personal el 12%, un 5% menos que en la CV, equipamiento del hogar el 15%, un 1% menos que en la CV, y otros, representan el 3%, un 2% menos que en el conjunto de la CV.

	Supermercados	Eq. Personal	Eq. Del Hogar	Otros
	70%	12%	15%	3%



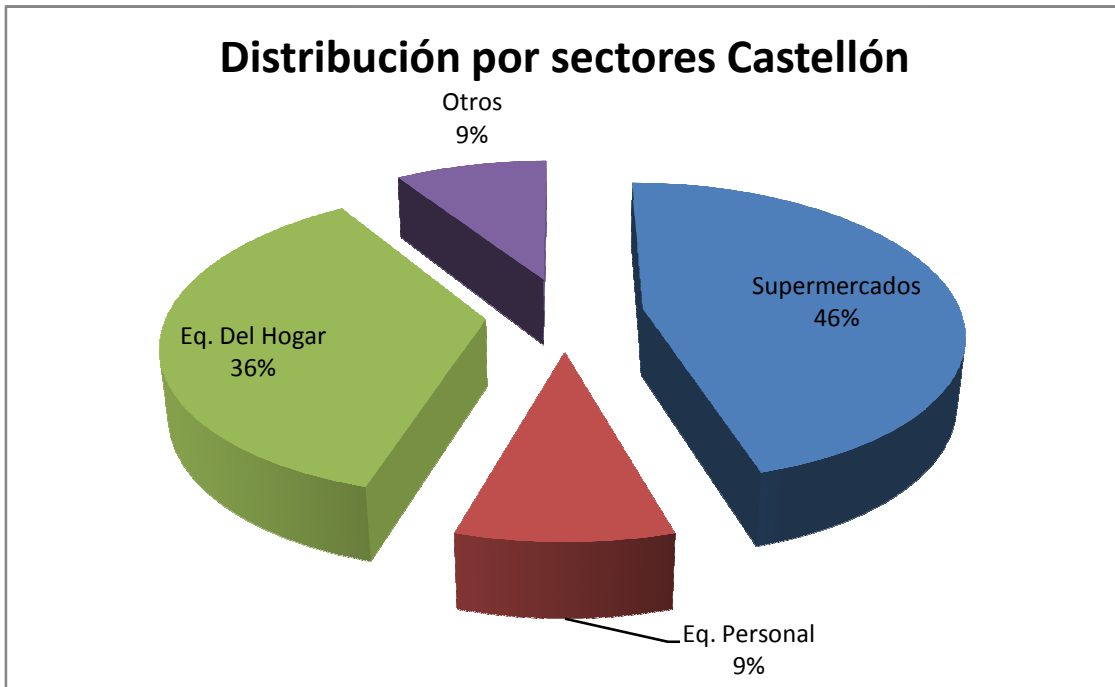
En Valencia, los supermercados representan el 59%, un 3 % por debajo del conjunto de la CV; los de equipamiento personal el 22%, 5 puntos por encima de la CV; los de equipamiento del hogar, el 13%, 3 puntos por debajo de la CV, y otros representa un 6%, el 1% más que en la CV.

	Supermercados	Eq. Personal	Eq. Del Hogar	Otros
	59%	22%	13%	6%



En Castellón, los supermercados representan el 46%, un 16% menos que en el total de la CV; en equipamiento personal suponen el 9%, 8% menos que en la CV; en equipamiento del hogar el 36%, un 20% más que en la CV, y otros un 9%, 4 puntos más que en la CV.

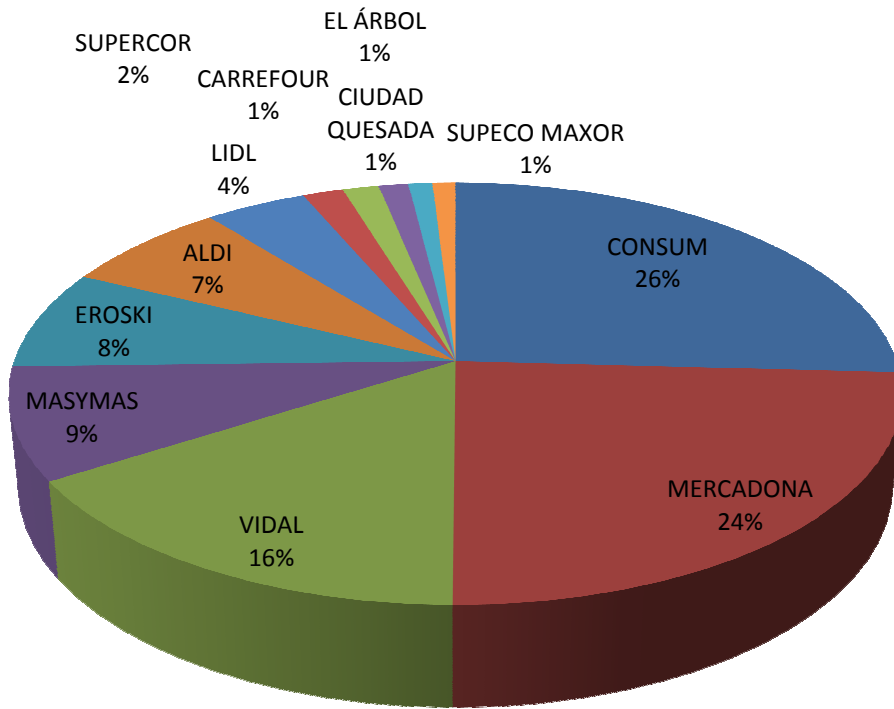
	Supermercados	Eq. Personal	Eq. Del Hogar	Otros
	46%	9%	36%	9%



**SECTOR SUPERMERCADOS. RELACIÓN POR ENSEÑAS  
COMERCIALES**

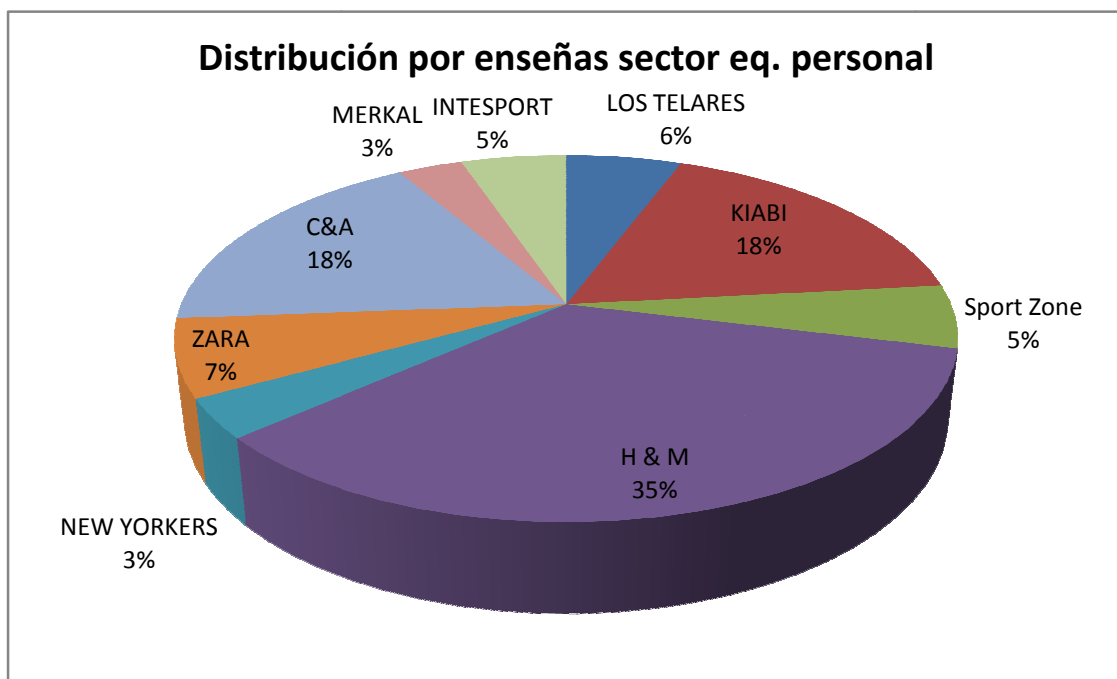
<b>ENSEÑA</b>	<b>SUPERFICIE</b>	<b>Nº DE ESTABLECIMIENTOS</b>	<b>%CUOTA</b>
CONSUM	22.904,77	15	26%
MERCADONA	21.473,23	12	24%
VIDAL	14.092,80	8	16%
MASYMAS	7.626,42	7	9%
EROSKI	6.730,60	2	8%
ALDI	6.255,10	8	6%
LIDL	3.804,30	4	4%
SUPERCOR	1.518,60	1	2%
CARREFOUR	1.349,70	1	2%
CIUDAD QUESADA	1.101,80	1	1%
EL ÁRBOL	893,90	1	1%
SUPECO MAXOR	849,30	1	1%
<b>12 enseñas</b>	<b>88600,52</b>	<b>61</b>	<b>100%</b>

### Distribución por enseñas sector supermercados



**SECTOR EQ. PERSONAL, RELACIÓN POR ENSEÑAS COMERCIALES**

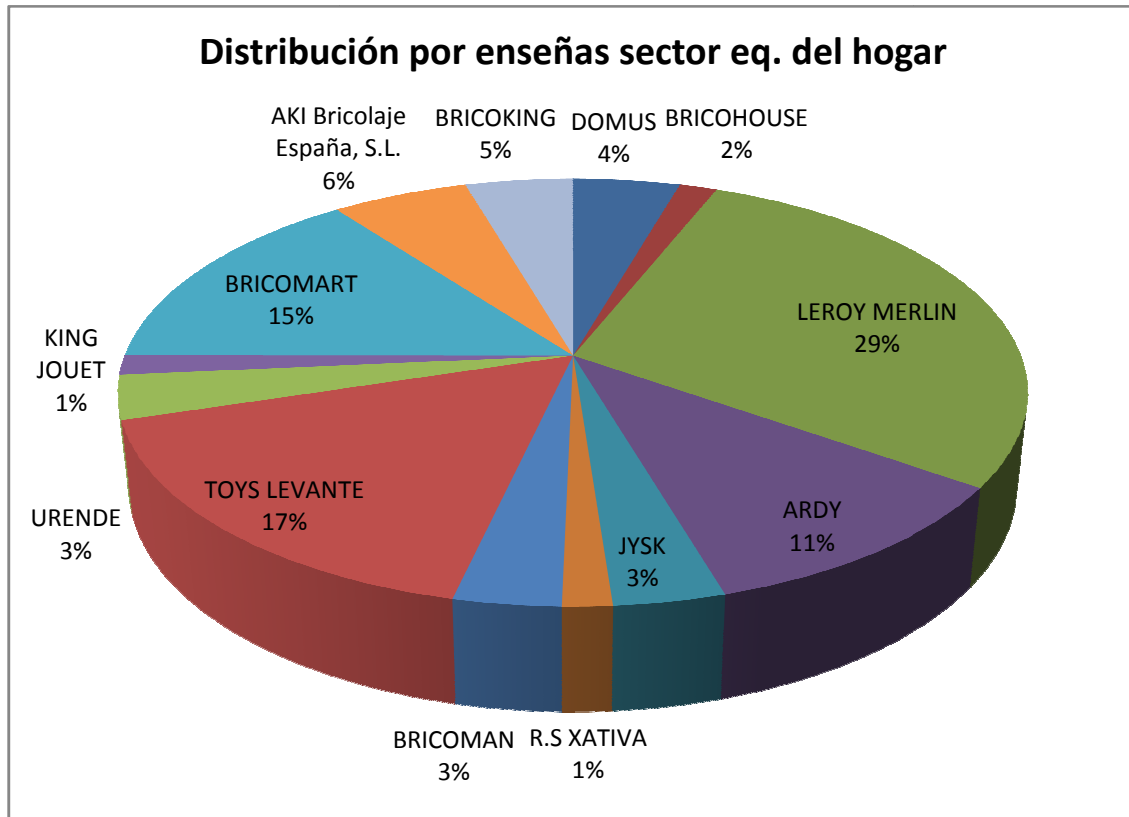
ENSEÑA	SUPERFICIE	Nº DE ESTABLECIMIENTOS	%CUOTA
H & M	7.086,70	5	34,63%
C&A	3.654,50	3	17,86%
KIABI	3.597,10	3	17,58%
ZARA	1.401,50	1	6,85%
LOS TELARES	1.166,66	1	5,70%
Sport Zone	1.136,80	1	5,56%
INTESPORT	1.063,00	1	5,19%
NEW YORKERS	706,60	1	3,45%
MERKAL	651,20	1	3,18%
<b>9 enseñas</b>	<b>20.464,06</b>	<b>17</b>	<b>100,00%</b>





**SECTOR EQ. DEL HOGAR.RELACIÓN POR ENSEÑAS  
COMERCIALES**

<b>ENSEÑA</b>	<b>SUPERFICIE</b>	<b>Nº DE ESTABLECIMIENTOS</b>	<b>%CUOTA</b>
LEROY MERLIN	15.240,00	2	28,69%
TOYS LEVANTE	8.835,70	1	16,63%
BRICOMART	7.830,00	1	14,74%
ARDY	5.679,00	1	10,69%
AKI Bricolaje España, S.L.	3.046,00	1	5,73%
BRICOKING	2.396,00	1	4,51%
DOMUS	2.381,00	2	4,48%
JYSK	1.798,50	2	3,39%
URENDE	1.771,00	1	3,33%
BRICOMAN	1.731,00	1	3,26%
BRICOHOUSE	838,00	1	1,58%
R.S XATIVA	800,00	1	1,51%
KING JOUET	774,10	1	1,46%
<b>13 enseñas</b>	<b>53.120,30</b>	<b>16</b>	<b>100,00%</b>



## 7. CONCLUSIONES

El presente Estudio refleja el proceso que se sigue para la emisión de los informes preceptivos de competencia, previos a la autorización de grandes establecimientos comerciales que, según la normativa vigente autonómica, son los que superan los 1.000 m<sup>2</sup> de superficie útil de venta ó 600 m<sup>2</sup> si el municipio tiene menos de 40.000 habitantes. En el Estudio se pone de manifiesto el marco normativo que lo regula, el procedimiento establecido para el estudio y tramitación del informe, y los datos incluidos en los expedientes y que justifican la solicitud de su instalación.

Desde el 28 de julio de 2008, fecha en la que el TDCCV recibe los primeros expedientes de autorización, hasta el 31 de julio de 2009, se han resuelto 99 expedientes, **todos ellos con informe favorable.**

Estos suponen 167.136,68 metros cuadrados de nueva superficie de ventas, una inversión prevista de 131.474.464,16 euros, y una previsión de crear 2.495 nuevos empleos.

A la vista de estos datos, es evidente la importancia cuantitativa y cualitativa de estos establecimientos comerciales en el ámbito geográfico de nuestra Comunitat durante el primer año de actividad del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana.

Observando objetivamente estos datos, se aprecia la notable significación económica y social de un dinámico sector empresarial, que genera riqueza local y empleo, ofreciendo, a efectos de la competencia, mayores beneficios a los consumidores, aumentando, en términos generales, las opciones de elección de productos y servicios y mejorando la oferta disponible.

El Tribunal estudia a fondo las circunstancias que concurren en cada solicitud en aras a la protección de una competencia libre y efectiva, emitiendo con la mayor agilidad y rapidez posible las resoluciones correspondientes, **habiéndose reducido el plazo de emisión de las resoluciones de dos meses a veintidós días, es decir, casi en dos terceras partes con la entrada en funcionamiento del organismo autonómico**

Por su **incidencia geográfica**, los informes guardan proporción con su nivel poblacional. Un 55 % corresponden a la provincia de Valencia, el 34% a la provincia de Alicante, y el 11% a la provincia de Castellón. Atendiendo a la población de los municipios donde se ubican, se aprecia que el porcentaje de establecimientos instalados es muy similar: un 28% en municipios de más de 40.000 habitantes, un 29% en los municipios de entre 20.000 y 40.000 habitantes, y un 30% en municipios de menos de 10.000 habitantes. Sólo en los municipios de entre 10.000 y 20.000 habitantes desciende un 13%.

En lo relativo a la **población** de los municipios donde se ubican los nuevos establecimientos, en el conjunto de la Comunidad Valenciana, corresponde el 28% a municipios de más de 40.000 habitantes, el 29% a municipios de entre 20.000 y 40.000 habitantes, el 13% a municipios entre 10.000 y 20.000 habitantes, y el 30% a municipios de menos de 10.000 habitantes.

En la provincia de Valencia es muy similar en todo tipo de municipios, salvo en los municipios entre 10.000 y 20.000 habitantes que supone un 6% inferior a la media. En la provincia de Alicante se supera la media comunitaria en todos, menos en los municipios de más de 40.000 habitantes en los que se han establecido un 13% menos que la media de la Comunitat. Y, en la provincia de Castellón, se supera un 27% la media en municipios de más de 40.000 habitantes, y un 5% en los de menos de 10.000 habitantes, siendo inferior en los otros tramos de población

En cuanto a **superficie de venta**, suponen 167.136,68 m<sup>2</sup> de nueva superficie de ventas, con una media de 1.688,25 metros por establecimiento autorizado. En la provincia de Valencia se ubica el 61% del total, y la media de metros cuadrados por expediente es de 1.892,32 m<sup>2</sup>. lo que equivale a un 12% superior a la media de la Comunitat. La superficie de ventas que corresponde a la provincia de Alicante es del 26% del total, con una media de 1.273,27 m<sup>2</sup>, inferior en un 24% a la media de la CV. Y, en la provincia de Castellón supone el 13%, con una superficie media de 1.969,11 m<sup>2</sup>, superior en un 17% a la media comunitaria.

Respecto a la **inversión prevista**, en el conjunto de la Comunitat Valenciana, es de 131.474.464,16 euros, con una media de 1.328.024 € por

expediente. La inversión estimada en la provincia de Valencia representa el 55% del total de la Comunitat, con una media de 1.336.577,31€, que se corresponde prácticamente con la media de la Comunitat. En la provincia de Alicante supone el 34%, con una media de 1.329.866,92 €, situándose en la media comunitaria. Y, en la provincia de Castellón representa el 11% con una media de 1.280.346,75, apenas un 3% inferior a la media.

El **empleo estimado** en toda la Comunidad es de 2.495 nuevos puestos de trabajo, con una media de 25 puestos de trabajo por expediente. A la provincia de Valencia le corresponde el 62%, con una media de 28 empleos por expediente, un 12% superior a la media,. A la provincia de Alicante el 29%, con una media de 21,5 un 14% inferior a la media. Y, a la provincia de Castellón el 9%, con una media de 21 empleos ,un 16% inferior a la media de la Comunidad.

En cuanto a la **distribución por sectores**, hay un predominio claro de expedientes de supermercados que representan el 62%del total de expedientes y un 53% del total de la superficie de venta. Los expedientes de establecimientos dedicados a equipamiento personal suponen el 17% del total y el 12% del total de la superficie de venta. A los establecimientos dedicados a equipamiento del hogar les corresponde el 16% del total de expedientes y el 32% de la superficie de venta , y los de otros sectores representan el 5% de los expedientes y el 3% de la superficie de venta . Por provincias, Valencia tiene un 3% menos que la media en los sectores de supermercados y equipamiento del hogar, y supera en un 5% la media de expedientes dedicados a equipamiento personal, y en 1% en otro tipo de establecimientos. Alicante supera en un 8% la media de la Comunitat en el sector de supermercados, y es ligeramente inferior en los otros sectores. Y, Castellón supera en un 20% la media en el sector de equipamiento del hogar, y en un 4% en otro tipo de establecimientos, siendo inferior en un 16% en supermercados y un 8% en equipamiento personal.

**Respecto a las enseñas comerciales** , 13 corresponden a equipamiento del hogar, 12 a supermercados, 9 a equipamiento personal, y 5 a otro tipo de establecimientos.

A la vista de todo lo anterior se exponen las siguientes conclusiones:

1ª.- La instalación de grandes superficies comerciales, y en general de nuevos establecimientos comerciales, supone un **factor positivo desde el punto de vista de la competencia** y representa un beneficio para los consumidores y usuarios.

2ª.- Los 99 establecimientos autorizados **se distribuyen muy proporcionalmente** tanto a nivel provincial como en razón a la población de los municipios donde se ubican, con los efectos positivos de incrementar la oferta comercial en general y con ello favorecer la competencia de una manera equilibrada en todo el territorio de la Comunitat.

3ª.- **La superficie de venta media de los nuevos establecimientos es de 1.688,25 metros cuadrados**, sólo 4 de las grandes superficies autorizadas superan los 4.000 metros cuadrados, lo que puede influir en una competencia más efectiva al estar más repartida la superficie útil de venta.

4ª.- La notable reducción del plazo de tramitación del informe de competencia, con la entrada en funcionamiento del TDC, supone una agilización de la tramitación administrativa para iniciar la actividad económica, facilitando la entrada de nuevos operadores, y con ello la mejora de la competencia, reduciendo los costes empresariales con su efecto positivo para los precios y posibilitando una mayor oferta de productos y servicios.

5ª Durante el periodo estudiado se constata que **el factor población no es determinante** para la apertura de nuevos establecimientos comerciales, ya que, con desviaciones poco considerables el comportamiento de los operadores económicos es bastante homogéneo en todo el territorio de la Comunitat. Y tampoco se puede concluir que el **factor superficie de venta** condicione la instalación de nuevos establecimientos y el crecimiento del sector de la distribución comercial.

Ahora bien, en función de los datos aportados en los expedientes, y a efectos de la competencia, **el TDCCV considera necesario realizar en el futuro un seguimiento más pormenorizado y específico al sector de los supermercados, que acaparan el 62% de los expedientes y el 53% de la superficie de venta**, y concretamente de las enseñas que más han crecido en el periodo estudiado: Consum, Mercadona y Vidal , que concentran más del 57% de los establecimientos y el 66% de la superficie de venta durante dicho

periodo. Considerando, en todo caso, que del estudio de los datos que obran en poder de este Tribunal, que conciernen al periodo de un año y, de su análisis a priori de los posibles efectos sobre la competencia, la diversidad de enseñas referenciadas en los expedientes informados (13 de equipamiento del hogar, 12 de supermercados, 9 de equipamiento personal y 5 de otros) se puede deducir que existe una competencia adecuada en el sector de la distribución comercial en el ámbito de la Comunitat Valenciana.

6ª.- Ante la próxima transposición de la Directiva 2006/123 /CE del Parlamento y del Consejo , de 12 de Diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, y a la revisión de la normativa estatal (actualmente en tramitación parlamentaria) y de la normativa autonómica en materia de comercio, el TDCCV recomienda, en el caso de la revisión de la normativa autonómica sectorial, y en lo que afecta al ámbito del presente estudio, la observancia más amplia de los criterios de la citada directiva y, especialmente, en lo referente a la eliminación de las autorizaciones administrativas , en concreto de la llamada “licencia comercial ó segunda licencia” y, consecuentemente también la necesaria supresión del actual informe preceptivo de competencia previo a la misma.