



TGDC Tribunal Galego de Defensa
da Competencia

Informe Sobre la Situación de la Competencia en Galicia en el Año 2008

**TRIBUNAL GALLEGO DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

**INFORME SOBRE LA SITUACIÓN
DE LA COMPETENCIA EN GALICIA
EN EL AÑO 2008**

Santiago de Compostela

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. POLÍTICA DE COMPETENCIA	7
2.1. Razones de la existencia de una política de competencia	7
2.2. Política de competencia y crisis económica	9
3. PRÁCTICAS PROHIBIDAS Y CONTROL DE CONCENTRACIONES.....	17
3.1. Prácticas prohibidas	17
3.2. Concentraciones económicas	19
4. SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA A PARTIR DE LOS EXPEDIENTES TRAMITADOS POR LAS AUTORIDADES DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA..	21
4.1. Expedientes en el SGDC	21
4.2. Expedientes tramitados por el TGDC	22
4.3. Expedientes de carácter supra-autonómico con incidencia en Galicia resueltos por la CNC.....	30
4.4. Operaciones de concentración económica	34
5. SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA A PARTIR DE INDICADORES.....	37
5.1. Posibles indicadores de la situación competitiva.....	37
5.2. Tipología de los mercados de Galicia desde la perspectiva de la competencia	39

6. SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA EN LOS SECTORES “NO-COMERCIO” A PARTIR DE LAS PERCEPCIONES DE SUS RESPONSABLES	43
6.1. Objetivos del estudio	43
6.2. Distribución de la muestra de establecimientos	46
6.3. Resultados del análisis de datos	53
7. CONCLUSIONES SOBRE LA SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA.....	107
7.1. Sobre la situación institucional	107
7.2. Sobre las conductas restrictivas de la competencia.....	110
7.3. Sobre la situación sectorial.....	112
8. RECOMENDACIONES DE MEJORA	115
8.1. Política económica	115
8.2. Reforma de la ley de Defensa de la Competencia de Galicia ...	115
8.3. Dotación de recursos del Servicio Gallego de Defensa de la Competencia.....	116
8.4. Actuación de oficio en la investigación y incoación de expedientes por conductas infractoras de las normas de competencia	117
8.5. Concesión de ayudas públicas.....	122
8.6. Promoción de la competencia en la actuación de las Administraciones públicas	118
8.7. Compromiso conjunto de las empresas, las administraciones y la ciudadanía en general	120
ANEXO I. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA RELATIVA A LAS PERCEPCIONES DE LA COMPETENCIA POR LOS RESPONSABLES DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN GALICIA	121

1. INTRODUCCIÓN

La Ley 6/2004, del 12 de julio, reguladora de los órganos de defensa de la competencia de la Comunidad Autónoma de Galicia, en el apartado k) del artículo 3.3, señala que el Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia (TGDC) debe remitir anualmente al Parlamento una Memoria de Actividades y un **Informe sobre la situación de la competencia en Galicia**.

Esta previsión legal del texto de 2004 supuso una anticipación sobre las funciones que, con posterioridad, a la Ley 15/2007, del 3 de junio, de Defensa de la Competencia (en adelante LDC), recoge para el novo organismo de defensa de la competencia de la Administración general del Estado (AXE), la *Comisión Nacional de la Competencia (CNC)*.

La encomienda anual al TGDC de elaborar un **Informe sobre la situación de la competencia en Galicia** pretende registrar las prácticas prohibidas y las operaciones de concentración económica registradas en el año de referencia.

El **Informe sobre la situación de la competencia en Galicia 2008** tiene como objetivo mostrar la situación de la competencia desde diversos indicadores, así como exponer los resultados de la encuesta realizada por el TGDC sobre la percepción de los empresarios no comerciales gallegos de diversos aspectos relativos al sistema de defensa de la competencia. Estos resultados permiten ofrecer una visión dinámica de los valores relacionados con la competencia, dado el mantenimiento del estudio en el tiempo y de su metodología. El Tribunal espera que también sirva para sugerir y **vehicular** futuras actuaciones públicas encaminadas a incrementar el grado de competencia efectiva en los diferentes sectores de la economía gallega.

Con estos objetivos, el **Informe sobre la situación de la competencia en Galicia 2008** se divide en ocho apartados. Después de la introducción se exponen las razones que justifican la existencia de una

política de competencia, que se vinculan con beneficios sociales y económicos. Dado que la competencia no es un fin en si mismo, sus efectos positivos y, de una manera particular, el incremento del bienestar de los consumidores, constituyen la justificación última de los esfuerzos a favor de la misma y, por lo tanto, la base de todo el sistema de defensa de la competencia.

El tercer apartado está dedicado al análisis y comentario de las prácticas prohibidas y de las operaciones de concentración económica, aspectos a los que hace referencia la nueva Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia.

La situación de la competencia desde la perspectiva de los expedientes que tuvieron efectos en Galicia, tanto de los tramitados por las autoridades gallegas como por las estatales, es examinada en el cuarto apartado. Luego, en el quinto, se analiza la situación de la competencia desde la perspectiva de los indicadores y, en el sexto, se muestran los resultados de estudio realizado por el TGDC sobre opiniones y valores relacionados con la competencia de los responsables de una muestra de establecimientos no comerciales gallegos.

El punto séptimo recoge las conclusiones derivadas de los análisis anteriores, clasificándolas en tres grupos: situación institucional, situación relativa a las prácticas y situación sectorial.

El **Informe sobre la situación de la competencia en Galicia** remata con un último apartado, el octavo, que contiene una serie de recomendaciones para avanzar en el objetivo de lograr una creciente competencia efectiva en los mercados de Galicia. Aunque estas recomendaciones estén dirigidas fundamentalmente a los poderes públicos, también se orientan a los operadores económicos y a los ciudadanos en general, beneficiarios directos de los efectos positivos de la existencia de mercados competitivos.

2. POLÍTICA DE COMPETENCIA

En los últimos años, en la mayor parte de los países desarrollados, el Estado asumió nuevas funciones reglamentarias y creó, o modificó, instituciones de promoción de la competencia y de fomento del emprendimiento y del dinamismo empresarial. Esto es consecuente con los resultados de diversos estudios que muestran que el éxito económico de un país está determinado en el largo plazo principalmente por sus instituciones y políticas gubernamentales.

2.1. Razones de la existencia de una política de competencia

La causa básica del interés general por la política de competencia y la creencia y constatación, cada vez más claras, de que esta política es beneficiosa para el bienestar social, en la medida que reduce las riendas de monopolio y los precios que enfrentan a los consumidores. Además, este efecto benéfico se refuerza en la medida en que, cada vez más, la maximización del bienestar social se confirma como el objetivo de la política de competencia.

Pero más allá de la declaración de los beneficios de la competencia para los consumidores, tiene interés mostrar que la política de competencia, como ha demostrado el análisis económico, influye de una manera positiva en objetivos comunes de la política económica de los países, como son el aumento de la productividad, de la competitividad y del dinamismo emprendedor y, a través de ellos, en el incremento del nivel de renta de los ciudadanos.

La contribución social y económica de la competencia es asumida hoy por la mayoría de los países, en especial por los más desarrollados, que tienen políticas de competencia, materializadas en un conjunto de normas y medidas de política económica que pretenden defender y promover la competencia y garantizar el buen funcionamiento de los

mercados. Aunque política de competencia tiene un fundamento económico, y su instrumento son las normas jurídicas.

En la Unión Europea, en la actualidad, la Comisión y las autoridades nacionales de competencia de todos los Estados miembros cooperan a través de la Red de Competencia Europea (REC). Esto no debe sorprender ya que la pertenencia a la Unión exige a los Estados miembros compartir su visión del funcionamiento de las economías y del papel de la política económica. Esta concepción común se basa en dos principios: estabilidad macroeconómica y respeto a la competencia y al libre mercado. La aceptación de estos principios básicos por los países miembros de la Unión Europea se fundamentan en la premisa de que la libre competencia y la estabilidad macroeconómica constituyen condiciones necesarias para conseguir un crecimiento elevado y sostenible.

En España, para hacer más eficaz y eficiente la política de competencia, se aprobó recientemente la ya citada Ley 15/2007. En ella, en el segundo párrafo de su Exposición de motivos, se manifiesta la creciente importancia de esta política de una manera precisa y comprensible, en los siguientes términos:

“Existe un acuerdo generalizado con respecto a la creciente importancia de la defensa de la competencia, que se consolida como uno de los elementos principales de la política económica en la actualidad. Dentro de las políticas de oferta, la defensa de la competencia complementa a otras actuaciones de regulación de la actividad económica e es un instrumento de primer orden para promover a productividad de los factores y la competitividad general de la economía”.

Así pues, la acción combinada de múltiples agentes económicos operando bajo condiciones de competencia tiene como consecuencia una mejor asignación de los recursos productivos escasos, un estímulo

permanente a la innovación y a la introducción de nuevos procesos productivos, así como la apertura de nuevos mercados.

Además de los beneficios de la competencia sobre la economía en general, también tiene efectos positivos sobre los consumidores ya que contribuye a que puedan disponer de productos con menores precios, mayor calidad, mejores servicios y más variedad de oferta; en definitiva, permite una satisfacción más completa de sus necesidades. Cuando existe competencia y la posibilidad de que nuevas empresas entren en el mercado, la captación y mantenimiento de clientes se convierte en el fin prioritario de las empresas. Esto lo entienden perfectamente aquellas que asumen una orientación activa cara los consumidores. Por todo ello, resulta indudable que los consumidores deben estar entre los primeros interesados en proteger y promover la competencia empresarial y que la política de defensa de la competencia debe ir ganando terreno en la conciencia de la población general, de los agentes económicos y de los responsables políticos.

No obstante en la actualidad las economías de la mayor parte de los países sufren una situación de crisis. En esta nueva realidad, “sigue a ser importante para un país respetar los principios de la política de defensa de la competencia”

2.2. Política de competencia y crisis económica

Durante el año 2008, se percibieron claramente en Galicia los efectos de la crisis financiera y económica que, con origen a nivel internacional, tuvo y aún tiene notables consecuencias económicas en nuestra Comunidad Autónoma. Ante esta realidad, resulta pertinente poner en perspectiva el trabajo de defensa de la competencia e incluso el papel que le corresponde a la competencia en los mercados cuando se produce un deterioro de la actividad tan fuerte como el que se está a experimentar.

Tres aspectos resultan relevantes. En primer lugar, el impacto de la crisis sobre la competencia efectiva en los mercados; en segundo lugar, el papel de la competencia en las presentes circunstancias de dificultades económicas y cual puede ser su contribución para lograr una salida adecuada de la crisis actual; y, en tercer lugar, las especiales circunstancias que afectan a las distintas funciones que desempeñan las Administraciones Públicas en relación con los mercados y la competencia, dentro de un contexto de crisis como el que ahora se vive.

Comenzando por el impacto de la crisis sobre la competencia efectiva en los mercados, en algunos sectores cabe esperar, y así ya se está viendo en ciertas áreas de actividad, un incremento de la competencia entre las empresas. Es el caso, por ejemplo, de ciertos segmentos de la comercialización de bienes de consumo de primera necesidad entre las grandes empresas distribuidoras. En la mayor parte de estos casos, esa conducta es manifestación de un nivel de competencia efectiva previo entre esas empresas reducido que, ante las dificultades experimentadas por el impacto de la crisis, responden mediante guerras de precios o descuentos agresivos con la intención de no perder los mercados o de ver disminuidos sensiblemente sus ingresos.

Sin embargo, aunque efectivamente se están dando situaciones como las referidas en el párrafo anterior, lo más probable es que la caída de la demanda y las restricciones crediticias que están experimentando la mayoría de las empresas en el contexto actual de crisis conduzca a una reducción de la competencia efectiva en el mercado. Esa posible reducción de la competencia se va a traducir en un incremento de la probabilidad de que las empresas lleguen a acuerdos colusorios, se refuercen tendencias al abuso de la posición de dominio y se incrementen las prácticas de competencia desleal. El objetivo por parte de las empresas, en cualquiera de esos tres casos, consiste en mantener precios altos, reducir los costes destinados a la innovación o al avance de la calidad de los bienes y servicios, mantener los ingresos y, en última instancia, evitar la desaparición de la propia empresa.

En el terreno de las concentraciones, las mayores dificultades financieras y la pérdida de clientes pueden constituir, en principio, un desincentivo para llevar adelante operaciones de fusiones empresariales. Con todo, la debilidad de las empresas más afectadas por la crisis puede encontrar una salida a través de procesos de concentración con otros competidores, como opción posible ante la eventual desaparición de la empresa del mercado que, de otro modo, tal vez resultaría inevitable. Las operaciones de fusiones o absorción empresarial que se puedan realizar con la finalidad de garantizar la supervivencia de una empresa pueden ser, en ocasiones, adecuadas y racionales desde el punto de vista económico, pero, en otros casos, puede tratarse de operaciones poco aconsejables o incluso inviables a largo y medio plazo, que podrían ocasionar graves consecuencias sobre la competencia o perjudicar notablemente a otros productores, sean incumbentes o jóvenes entrantes, de ese mismo sector.

Una tercera consecuencia de la crisis sobre la competencia efectiva en los mercados es el incremento de la presión sobre las autoridades públicas para aumentar y flexibilizar las ayudas directas a las empresas afectadas por la crisis. En la mayor parte de los casos esas ayudas están dirigidas a sectores que están padeciendo un impacto mayor o tienen una repercusión estratégica o social destacada. Tal es el caso, muy significativo, del sector financiero que, por sus especiales características, fue y aun es objeto de importantes ayudas tanto en España como en otros países. En menor medida, en cuanto a los recursos empleados, también notables por su repercusión social, figuran otros sectores afectados por la crisis como la de la construcción y la del automóvil. Al otro lado de esa presión sectorial para obtener el apoyo del Estado, se observa igualmente un aumento de la petición de ayudas públicas por parte de empresas individuales o grupos de ellas, como las Pymes o los empresarios autónomos.

Esas peticiones de más ayudas públicas van acompañadas, de modo implícito o explícito, de intentos por conseguir una relajación de

los criterios de concesión y de los mecanismos de control, bajo la justificación de las especiales circunstancias de la crisis.

En relación con la segunda cuestión propuesta, referente al papel de la competencia efectiva en los mercados ante una crisis financiera y económica como la actual, las autoridades de la competencia y las Administraciones Públicas en general deben tener en cuenta que el mantenimiento de la competencia, particularmente en estas especiales circunstancias, es un factor decisivo para lograr un buen funcionamiento de los mercados y para conseguir una salida de la crisis que sea rápida y sienta las bases de un crecimiento más sano y fuerte en el futuro.

En este sentido, hace falta evitar que las soluciones de hoy se conviertan en los problemas de mañana, como señala el presidente de la OCDE al hablar, justo, de la necesidad de continuar respetando las normas de la competencia, tanto en lo relativo a las conductas colusivas o al abuso de posición de dominio o la competencia desleal, como la aplicación de los controles sobre las concentraciones empresariales o la concesión y control de las ayudas públicas.

En efecto, el mantenimiento de la competencia y la aplicación de las normas de competencia debe continuar del mismo modo que se venía haciendo hasta ahora, si bien con la única excepción de las ayudas públicas a ciertos sectores de importancia estratégica económica o social. Excepción que, en todo caso, debe aplicarse con carácter temporal y siempre siguiendo criterios de plena transparencia y máxima equidad.

A este respecto hace falta destacar que un factor de gran relieve para la mejora de la productividad y, por tanto, de la competitividad empresarial, es la renovación del tejido productivo mediante la salida de productores ineficientes y la entrada de jóvenes competidores mejor preparados para satisfacer las necesidades de los consumidores y, también, mediante la creación de empresas en sectores con jóvenes oportunidades, tanto a nivel local, nacional o en el extranjero. Para que

ese mecanismo de renovación del tejido productivo funcione es preciso que no se realicen intervenciones indebidas que distorsionen la competencia, sea mediante el mantenimiento mediante subsidios de empresas ineficaces, inviables a medio o largo plazo, o facilitando conductas colusivas, de abuso del poder de mercado o comportamientos claramente desleales. El mantenimiento de los principios de competencia y el respeto a las normas que la regulan aparecen así como requisitos para asegurar una salida idónea de la crisis y para establecer una base sólida para un fuerte crecimiento en el futuro.

De las consideraciones anteriores se desprenden varias conclusiones relevantes para la función que desempeñan las Administraciones Públicas en relación con los mercados y la competencia, que es el tercero aspecto que se mencionaba al principio de este apartado sobre crisis y competencia.

Las Administración Públicas ejercen varias funciones que afectan de manera importante a los mercados a las condiciones en que se desarrolla la actividad empresarial. A cuyo objeto, su actuación resulta muy relevante en relación con el mantenimiento de un nivel acomodado de competencia efectiva.

En primer lugar, mediante su función regulatoria y mediante los actos administrativos con incidente en la actividad mercantil, las Administraciones Públicas tienen una gran capacidad para establecer el marco en el que las empresas desarrollan su labor. En este sentido, las Administraciones Públicas no sólo deben respetar las normas de competencia sino también favorecer que se consiga un nivel de competencia acomodado, evitando, por ejemplo, la creación y mantenimiento de barreras de entrada de carácter regulatorio o las ayudas que favorezcan a empresas concretas. Hace falta recordar al respecto que el papel de la defensa de la competencia no consiste en la protección de los competidores sino de la competencia misma, en favor de una mayor eficiencia económica y de un mayor bienestar colectivo económico y social.

Dentro de la función regulatoria, y entre los actos administrativos con mayor importancia en estos momentos, se encuentra la concesión de ayudas públicas y la fijación de las normas que las regulan. Como ya se mencionó más arriba, la presión para un aumento de las ayudas públicas al sector personal y en favor de la relajación de sus normas de concesión no se debe traducir en facilitar la supervivencia de empresas que sean inviables o en propiciar, aunque sea indirectamente, prácticas de competencia desleal que pueden ocasionar graves perjuicios a la concurrencia en los mercados. La concesión de ayudas debe efectuarse en todo caso solo cuando esté justificada plenamente por razones estratégicas y sociales y siempre siguiendo los principios de temporalidad, plena transparencia y equidad.

Cobra importancia también en este sentido la posibilidad de aplicar una política industrial activa, pues circunstancias excepcionales demandan políticas excepcionales, pero esa política industrial debe ser compatible con los principios de respeto a la competencia señalados anteriormente y siempre a través de medidas neutrales y genéricas, con el objetivo último de la busca de la eficiencia económica y el bienestar de los consumidores a largo plazo. Deben evitarse medidas proteccionistas, así como la aplicación de una política industrial que premie a las empresas ineficientes. Deben evitarse igualmente medidas que conduzcan o puedan conducir al fortalecimiento de monopolios u oligopolios restrictivos de la competencia.

Otra importante función de las Administraciones Públicas es su participación directa en los mercados, como por ejemplo para la provisión de servicios públicos. También en este aspecto el papel de las Administraciones Públicas debe ser respetuoso con las normas de competencia y extremar las precauciones para no interferir indebidamente sobre la competencia incurriendo en prácticas desleales o abusos de posición de dominio que puedan ocasionar efectos perjudiciales sobre el mercado.

Finalmente, la presente situación de crisis económica constituye una oportunidad para que las Administraciones Públicas refuercen dentro de lo posible los instrumentos de defensa de la competencia. En este ámbito particular tiene una especial responsabilidad el gobierno autonómico y, tal como se recomienda mas adelante, podría ser una buena ocasión para proceder la consolidación y refuerzo de los órganos gallegos de defensa de la competencia mediante las dos iniciativas siguientes.

En primer lugar, impulsando un cambio normativo que permita la unificación del Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia y del Servicio Gallego de Defensa de la Competencia y que incremente las funciones y competencias del nuevo órgano que se cree, de suerte que se refuercen las actividades de instrucción de oficio y de inspección, el control de las ayudas públicas y la elaboración de informes sobre normas que puedan afectar la competencia, en línea con los cambios ya introducidos a nivel del Estado y en otras Comunidades Autónomas.

Y, en segundo lugar y en el caso de llevar adelante la iniciativa legislativa señalada en el párrafo anterior, dotar de mayores medios humanos al nuevo órgano de defensa de la competencia. En otro caso, en el supuesto de mantenimiento del esquema institucional actual, se debería hacer un esfuerzo especial para dotar adecuadamente de medios humanos y materiales al Servicio Gallego de Defensa de la Competencia, que en la actualidad está claramente infradotado.

3. PRÁCTICAS PROHIBIDAS Y CONTROL DE CONCENTRACIONES

La actuación en el campo de la política de la competencia se estructura en dos vías básicas: control de conductas y control de estructuras. El control de las prácticas trata de evitar que los operadores económicos realicen pactos colusorios, abusen de una posición de dominio en el mercado y desarrollen conductas desleales que, por sus características, repercutan de una manera negativa en el interés general. Por su parte, mediante el control de estructuras, los poderes públicos tientan evitar que determinadas operaciones de concentración económica –fusiones y adquisiciones– generen estructuras empresariales potencialmente restrictivas de la competencia.

El Estado y las CC.AA. comparten competencias ejecutivas solamente en el campo de las llamadas conductas restrictivas ya que la evaluación de las operaciones de concentración es asumida, en su mayor parte, por la CNC y la competencia normativa general es retenida con carácter exclusivo por el Estado. Así pues, en el modelo descentralizado existente en el ámbito de la defensa de la competencia en España, las competencias de los órganos corresponsales de las CC.AA, se limitan a la resolución de los expedientes sobre conductas restrictivas. A pesar de esta realidad, el análisis de la situación de la competencia en Galicia debe recoger también, por su interés, las operaciones de concentración.

3.1. Prácticas prohibidas

Las conductas restrictivas de la competencia en las que coinciden el legislador europeo y el español son dos: los pactos colusorios (artículos 81 CE y 1 LDC) y el abuso de posición de dominio (artículo 82 CE y 2 LDC). Además de estas dos categorías de prácticas, el legislador español también incluye un tercer tipo: las conductas desleales que afecten gravemente al interés público (artículo 3 LDC).

El artículo 1 LDC se refiere a los pactos colusorios y prohíbe todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela, que tenga por objeto, produzca o pueda producir el efecto de impedir, restringir, o falsear la competencia en todo o parte del mercado español.

Los acuerdos colusorios hacen referencia a todo pacto verbal o escrito por lo que varios operadores económicos se comprometen en una conducta que tiene por finalidad o efecto restringir la competencia. Es la primera de las modalidades enumeradas como prácticas colusorias prohibidas por el artículo 1 LDC (y también por el artículo 81 CE).

La decisión o recomendación colectiva con fines o efectos contrarios a la competencia constituye también una práctica colusoria prohibida por el artículo 1 LDC. En realidad, estas conductas son acuerdos adoptados por asociaciones empresariales o corporaciones, de carácter vinculante (decisiones) o sólo orientador (recomendaciones).

Una práctica concertada es una forma de cooperación informal entre empresas independientes sin el referendo de un acuerdo. La figura de las prácticas concertadas presenta un perfil borroso, careciendo de la nitidez del concepto de acuerdo o de decisión colectiva. Aunque la doctrina y la jurisprudencia fueron fijando el concepto para clarificarlo, en la práctica su contenido substancial sigue teniendo cierta vaguedad, suscitando un severo problema de prueba, que a menudo exige acudir a realizarla por medio de presunciones.

La última figura es la práctica conscientemente paralela. Esta figura hace referencia al comportamiento armonizado de varias empresas en el mercado sin que medie un acuerdo expreso o tácito entre las mismas. La actuación conscientemente paralela es a consecuencia de que las empresas actúan con el propósito de evitar discordancias, conociendo cada una previamente los fines y medios de las demás.

Según prevé el artículo 4 LDC, de esta prohibición quedan fuera aquellos acuerdos que tengan amparo legal, pero no los que deriven del ejercicio de otras potestades administrativas o sean causados por la actuación de los poderes públicos o de las empresas públicas sin dicho amparo legal.

El segundo grupo de conductas potencialmente contrarias a la competencia son las que constituyen un abuso de la posición de dominio mantenida por una o varias empresas (artículo 2 LDC). En consecuencia, queda prohibida la explotación abusiva por una o varias empresas de su posición de dominio en todo o en parte del mercado nacional.

Entre las conductas contrarias a la competencia prohibidas, el legislador español también incluye ciertas prácticas desleales que por su gravedad habían superado la esfera personal, afectando a los intereses públicos, por mermar gravemente los niveles de competencia (artículo 3 LDC).

2. Concentraciones económicas

El control estructural se ejerce sobre aquellas operaciones destinadas a reforzar el poder de mercado de las empresas mediante operaciones de adquisición y fusión

Se consideran concentraciones económicas, según el artículo 7 LDC, aquellas operaciones que supongan un cambio estable del control de la totalidad o parte de una o varias empresas como consecuencia de:

- a) La fusión de dos o más empresas anteriormente independientes.

- b) La adquisición por una empresa de control sobre la totalidad o parte de una o varias empresas.

c) La creación de una empresa en participación y, en general, la adquisición del control conjunto sobre una o varias empresas, cuando estas desempeñen de forma permanente las funciones de una entidad económica autónoma.

En este campo el papel de los poderes públicos se dirige a controlar los cambios que los operadores quieren llevar a cabo y valorar su incidente en la consecución o mantenimiento de niveles acomodados de competencia efectiva. Se piensa, como por ejemplo, en la compra por un operador de su rival más combativo para anularlo.

4. SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA A PARTIR DE LOS EXPEDIENTES TRAMITADOS POR LAS AUTORIDADES DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Para el análisis de la situación competitiva en Galicia en el año 2008 se puede partir de los casos que se identificaron en nuestra Comunidad de una manera específica; es decir, los expedientes que tuvieron entrada en el SGDC y, en su caso, fueron resueltos posteriormente por el TGDC. Pero también hay que considerar los expedientes de naturaleza supra-autonómica con incidencia en Galicia, aunque por no tener efectos exclusivos en nuestra Comunidad habían sido resueltos por el TDC o por la CNC en virtud del reparto de competencias establecido en la Ley 1/2002.

4.1. Expedientes en el SGDC

En el año 2008 el número de casos tramitados por el SGDC fue de 23, según acredita la información remitida por el propio Servicio. Por sectores, su distribución es cómo sigue:

- Academias (1),
- Asesoramiento jurídico (1),
- Auto-escuelas (2),
- Colegios profesionales (3),
- Energía (3),
- Distribución comercial (2),
- Hostelería (1),
- Industria láctea (1),
- Industria del pan (1),
- Pesca (1),
- Seguros (1),
- Siderurgia (1),
- Sindicatos (1),
- Transportes (4).

La comparación del número de expedientes tramitados por el SGDC en 2008 (23) respecto del año 2007 (11) muestra una progresiva presencia de este órgano autonómico de defensa de la competencia de Galicia y de la cultura de la competencia en los operadores económicos y consumidores gallegos.

4.2. Expedientes tramitados por el TGDC

El modelo de dos autoridades –Tribunal y Servicio– que se recoge en la vigente Ley 6/2004, del 12 de julio, encomienda la instrucción de los expedientes al SGDC y la resolución al TGDC. Este esquema implica, necesariamente, que al TGDC sólo lleguen los expedientes una vez instruidos por el SGDC.

Para el análisis de los expedientes resueltos por el TGDC en el 2008 hace falta partir de la distinción –derivada de la Disposición transitoria primera¹ de la LCD)– entre expedientes resueltos al amparo de la Ley 16/1989, ya que fueron iniciados antes de la fecha de entrada en vigor de la nueva Ley, y los que lo fueron al amparo de la Ley 15/2007.

¹ Disposición transitoria primera. Procedimientos iniciados formalmente.

1. Los procedimientos sancionadores en materia de conductas prohibidas incoados antes de la entrada en vigor de esta ley se tramitarán y se resolverán según las disposiciones vigentes en el momento de su inicio. En todo caso se entenderán caducadas las solicitudes presentadas en aplicación del artículo 4 da Ley 16/1989, del 17 de julio, de Defensa de la Competencia.

2. Los procedimientos de control de concentraciones iniciados antes de la entrada en vigor de esta ley se tramitarán y resolverán según las disposiciones vigentes en el momento de su inicio.

3. En la tramitación de los procedimientos indicados en los puntos anteriores, las referencias al Tribunal de Defensa de la Competencia y al Servicio de Defensa de la Competencia se entenderán realizadas, respectivamente, al Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia y a la Dirección de Investigación.

Por otra parte, también resulta de interés señalar que, la nueva LCD, el SGDC pierde la competencia para archivar directamente expedientes. En la actual situación, el SGDC únicamente puede proponer el archivo, siendo el TGDC quien resuelve sobre la posible existencia de inicios racionales de conducta anti-competitiva y, por lo tanto, sobre el archivo, o no, del mismo. Por este motivo, desde el 1 de septiembre de 2007, fecha de entrada en vigor de la LDC, el TGDC dicta resoluciones sobre los archivos propuestos por el SGDC.

4.2.1. Expedientes resueltos al amparo de la Ley 16/1989, del 17 de julio, de Defensa de la Competencia

En la vigencia transitoria de la Ley 16/1989, el TGDC tiene la competencia de resolver las propuestas de sanción efectuadas por el SGDC y, también mas en vía de recurso, sobre los actos y acuerdos adoptados por el SGDC, como los acuerdos de sobreseimiento, cuando los interesados lo recurrían en plazo.

Junto a la competencia de resolución de los expedientes y de los recursos contra actos del SGDC, el TGDC asumía también la de conceder, o denegar, las solicitudes de autorización singular que se habían presentado en el SGDC, respecto a conductas que pese a infringir la prohibición general del artículo 1.1 LDC (1989), aportaran elementos positivos que habían justificado su autorización excepcional.

Sin embargo, en la actualidad, las autoridades de defensa de la competencia ya no tienen que conceder tales autorizaciones, asumiendo las empresas la responsabilidad de realizar una auto-evaluación de las características de las antedichas conductas.

A. Expedientes sancionadores

En el 2008, y tras la correspondiente instrucción en el SGDC y la tramitación ante el TGDC, el Tribunal dictó dos resoluciones sancionadoras.

- S 2/2007 (Autobuses de Ourense). Resolución del 20 de febrero de 2008.

En esta resolución, el Pleno tuvo que examinar una presunta conducta desleal, tipificada por el artículo 7 de la LDC (1989) de una empresa de transporte urbano municipal, denunciada por la concesionaria de una línea de transporte regular, que no fue apreciada por el Tribunal.

- S 3/2008 Venta Ambulante. Resolución del 30 de abril de 2008.

En esta segunda resolución, el TGDC examinó una denuncia relativa a la existencia de posibles prácticas desleales en las ferias ambulantes de diversas localidades de Galicia, en las que algunos de los feriantes, presuntamente incumplían la normativa. El TGDC consideró, en coincidencia con el SGDC, que la conducta denunciada no resultaba acreditada.

Se resolvieron, pues, dos expedientes sancionadores, al amparo de la aplicación transitoria de la Ley 16/1989, del 17 de julio, de Defensa de la Competencia, relativos a los sectores del Transporte (1) y a la Venta ambulante.

B. Recursos contra actos del SGDC

El procedimiento de recurso contra actos del SGDC se recoge en los artículos 47 y 48 de la Ley 16/1989, del 17 de julio, de Defensa de la Competencia. Según estos, los actos del SGDC que decidan directa o indirectamente el fondo del asunto, determinen la imposibilidad de continuar un procedimiento o produzcan indefensión o perjuicio irreparable a derechos o intereses legítimos, serán recurribles ante el TGDC en el plazo de diez días².

En el año 2008, el TGDC resolvió un único recurso de acuerdo con este sistema: R 6/2007 (Perfumerías de Ourense 2). Resolución del 30 de mayo de 2008³.

En este expediente se resuelve un segundo recurso presentado contra un segundo acuerdo de sobreseimiento acordado por el SGDC, de la denuncia presentada por una empresa de distribución de productos de perfumería, por negativa de suministro, sobre lo que, previamente ya se había pronunciado el TGDC (R 4/2006. Perfumerías de Ourense. Resolución del 9 de marzo de 2007), estimando, en aquella ocasión, la pretensión de la empresa denunciante de que se profundizase en la investigación.

² Al amparo de la ley 15/2007 la vía de recurso queda más restringida, al limitarse únicamente. Según el Artículo 47 LDC. (*“Recurso administrativo contra las resoluciones y actos dictados por la Dirección de Investigación”*).

“1. Las resoluciones y actos de la Dirección de Investigación que produzcan indefensión o perjuicio irreparable a los derechos o intereses legítimos serán impugnables ante el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia en el plazo de diez días.

2. El Consejo no admitirá, sin más trámite, los recursos interpuestos fuera de plazo.

3. Recibido el recurso, el Consejo pondrá de manifiesto el expediente para que las partes formulen alegaciones en el plazo de quince días.”

³ Téngase en cuenta que el ámbito de los recursos, en el marco de la Ley 16/1989, del 17 de julio, de Defensa de la Competencia, incluía además en su artículo 47.1 (*“Recurso contra los actos dictados por el Servicio de Defensa de la Competencia.”*); “Los actos del Servicio de Defensa de la Competencia que decidan directa o indirectamente en el fondo del asunto, [...]”

En la Resolución del 30 de mayo de 2008 (R 6/2007. Perfumerías de Ourense 2), el Pleno consideró, a la vista de las nuevas actuaciones practicadas por el SGDC, que procedía el sobreseimiento. Esta Resolución fue recurrida ante el Tribunal Superior de Justicia de Galicia (Sala del Contencioso-Administrativo), por el denunciante.

4.2.2. Expedientes resueltos al amparo de la Ley 15/2007, del 3 de julio, de Defensa de la Competencia

Como ya tenemos destacado, una de las novedades de la nueva LDC es que tras la decisión de no iniciar un expediente y archivar las actuaciones al Consejo de la CNC (en el caso gallego, al Pleno del TGDC), reservando únicamente a la Dirección de Investigación (el SGDC, en el caso de Galicia) la decisión de incoar el expediente.

A. Resolución sobre propuestas de no iniciar expediente dirigidas por el SGDC.

En el año 2008, el TGDC desarrolló, al amparo de lo dispuesto en el artículo 49.3 LDC⁴, 12 propuestas de archivo del SGDC, en las que no apreciaba indicios de infracción de los artículos 1, 2 o 3 LDC.

- RA 3/2007. “*Graduados Sociales*”: Resolución del 16 de mayo de 2008.

En este expediente el TGDC examinó la propuesta de archivo efectuada por el SGDC de la denuncia presentada por un particular

⁴ El citado precepto establece:

“Artículo 49. Iniciación del procedimiento.

1. [...].

2. [...].

3. *El Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia, a propuesta de la Dirección de Investigación, podrá acordar no incoar los procedimientos derivados de la presunta realización de las conductas prohibidas por los artículos 1, 2 y 3 de esta ley y el archivo de las actuaciones cuando considere que no hay indicios de infracción de la ley.”*

contra el Colegio de Graduados Sociales de Pontevedra, por presuntas prácticas contrarias a la competencia. El Tribunal confirmo la no incoación del expediente propuesta por el SGDC, con el correspondiente archivo de las actuaciones iniciadas.

- RA 4/2007. “Bolsa de Empleo”. Resolución del 24 de enero de 2008.

En este expediente el TGDC confirmó el criterio del SGDC de no iniciar expediente, recogido en su propuesta de archivo de la denuncia presentada contra la Agencia de la Bolsa de Empleo de Vigo y varios sindicatos. En ella, el denunciante aludía su exclusión temporal del turno de empleo gestionada por la denunciada a causa de haber renunciado voluntariamente a un empleo para aceptar otro.

- RA 5/2008. “Formación Lugo”. Resolución del 9 de julio de 2008.

En este caso, el TGDC aceptó también la propuesta de no incoar expediente sancionador, con el archivo de actuaciones, elevada por el SGDC, de la denuncia presentada por los titulares de dos autoescuelas de Lugo contra varios sindicatos y autoescuelas, por la asignación a estas de determinados cursos de conducción, financiados con fondos comunitarios.

- RA 6/2008. “Tasación por peritos terceros”. Resolución del 16 de mayo de 2008.

El caso sometido a la consideración del TGDC fue la propuesta de archivo de plano formulada por el SGDC, de la denuncia presentada por el presidente del Ilustre Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de la Provincia de Pontevedra, por la que se solicitaba la suspensión inmediata de la aplicación del artículo 64.4.a, de la Ley 16/3007, del 26 de diciembre, de presupuestos generales de la Comunidad Autónoma de Galicia para 2008, así como de las listas de

peritos dirimentes correspondientes a la Delegación de la Consellería de Economía y Hacienda en Pontevedra y Vigo que intervendrían en las tasaciones periciales contradictorias, en procedimientos tributarios, así como la anulación del citado artículo de la Ley. El TGDC confirmó la propuesta del SGDC, al no apreciar indicios de conducta contraria a la competencia

- RA 7/2008. “Seguros de decesos”. Resolución del 27 de mayo de 2008.

En este caso, el Tribunal examinaba la propuesta de archivo formulada por el SGDC, de la denuncia presentada por D. G. P. M. contra Ocaso, S.A., por presuntas conductas desleales. El Pleno acuerdo aceptar la propuesta del SGDC, de no incoar expediente, con archivo de actuación.

- RA 8/2008. “Transporte de mercancías por carretera”. Resolución del 27 de mayo de 2008.

El Pleno del TGDC tuvo que examinar en este expediente una denuncia presentada contra la Dirección General de Transportes de la Xunta de Galicia, respecto de que el SGDC, tras practicar la oportuna información reservada proponía no incoar expediente, con archivo de actuaciones llevadas a cabo. El TGDC confirmó el criterio del SGDC, al no apreciar indicios de conducta contraria a la competencia.

- RA 9/2008. “Alquiler de suelo en parques eólicos”. Resolución del 10 de julio de 2008

El asunto que se examinaba en este expediente, iniciado de oficio, tenía que ver con la presunta realización de conductas prohibidas por los artículos 1, 2 y 3 LDC por la posible existencia de pactos de precios entre las empresas productoras de energía eólica en los alquileres que se pagan a los propietarios del suelo en el que se instalan los parques eólicos. Aunque la propuesta del SGDC era de no incoar expediente

sancionador, con arquivo de actuacións del procedimientu, el Pleno consideró necesarias nuevas actuacións.

- RA 10/2008. “Autoescuelas de Pontevedra”. Resolución del 31 de julio de 2008

En este caso, el TGDC rechazó la propuesta de no incoar expediente sancionador, con archivo de las actuacións, formulada por el SGDC, del Exp. 4/2008, relativo a las autoescuelas de Pontevedra, instruído de oficio en virtud de la Resolución del TGDC, del 27 de diciembre de 2007 (Exp. S 1/2007 Autoescuelas de Vigo), solicitando del SGDC la práctica de nuevas actuacións.

- RA 11/2008: “Tapicerías de Santiago de Compostela”. Resolución del 16 de septiembre de 2008.

En el presente expediente, el TGDC confirmo la propuesta de no incoar expediente del SGDC, con archivo de actuacións, de la denuncia presentada por D^a. M. J. F. T. y D^a. M. T. P. R., administradoras de Temainteriores, S.C, contra Tapicerías Julio, al no apreciar indicios de conducta prohibida por los artículos 1, 2 y 3 LDC.

- RA 12/2008. “*Transporte urbano de Santiago de Compostela*”. Resolución del 4 de noviembre de 2008.

El expediente tenía su origen en una denuncia contra la Dirección General de Transporte de la Xunta de Galicia, por presuntas prácticas contrarias a la competencia. En concreto, se le imputa una presunta omisión de funciones respecto de la actuación de una empresa rival del denunciante en la modificación de una línea del transporte urbano en Santiago de Compostela.

El TGDC rechazó por infundada la denuncia, asumiendo la propuesta del SGDC de no incoar expediente sancionador, con archivo de actuaciones.

- RA 13/2008. “*Venda al por menor de alfombras orientales*”. Resolución del 12 de noviembre de 2008.

El inicio del expediente se encuentra en la denuncia presentada por una tienda especializada en la venta al por menor de alfombras orientales contra un competidor que ocupaba los locales que la primera dejaba libre, y mostraba una publicidad semejante.

El TGDC aceptó la propuesta del SGDC de archivar el expediente, por no apreciar indicios de infracción de los artículos 1, 2 y 3 LDC, únicos respecto de los cuales el Tribunal tiene competencia para resolver.

- RA 14/2008. “*Procuradora de A Estrada*”. Resolución del 12 de noviembre de 2008.

Este expediente surgió como consecuencia de una denuncia presentada por posibles prácticas monopolistas de los procuradores de los Tribunales; en particular, se denuncia a una procuradora que actúa en el Ayuntamiento de A Estrada (Pontevedra). El TGDC acordó estimar la propuesta del SGDC de no incoar el expediente, con archivo de las actuaciones, por no apreciar indicios de conducta prohibida por la Ley 15/2007, del 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Por lo tanto, en los expedientes examinados por el TGDC la afectación sectorial es como sigue:

- Autoescuelas (2),
- Colegios profesionales (3),
- Distribución comercial (2),
- Energía (1),
- Seguros (1),

- Sindicatos (1),
- Transportes (2).

La variedad de sectores afectados es más amplia que en el 2007, destacando los relativos, directa o indirectamente, a colegios profesionales, transportes (dirigidos contra organismos de la Administración Autónoma), distribución comercial y auto-escuelas.

4.3. Expedientes de carácter supra-autonómico con incidencia en Galicia resueltos por la CNC

De los expedientes resueltos por la CNC en el año 2008, 7 tenían efecto en Galicia, aunque por su dimensión supra-autonómica, habían sido atribuidos a los órganos de la Administración General del Estado (CNC). Este grupo consta de los siguientes:

- Resolución (Expte. 2799/07, INDITEX) del 23 de abril de 2008.

En esta Resolución, la CNC aceptó la propuesta de archivo formulada por la Dirección de Investigación. La denuncia, presentada el 16 de julio de 2007, imputaba a INDITEX, así como a las sociedades inmobiliarias y/o promotoras *Ing Real Estate Development Spain Holding, S.A. (perteneciente a Ing Groeb b.v.)*, *Metrovacesa, S.A.*, *Grupo Lar Rodamco Inversiones, S.L. (filial de Rodamco Europe)*, *Centros Comerciales Carrefour*, *General de Galerías Comerciales Eroski*, *Sierra Developments Spain Promociones de Centros Comerciales, S.L. (del Grupo Sonae)*, *Corio Real Estate*, *Superficies Comerciales, S.A. (Superco)* y *Sacresa Terreen los Promoción, S.L.*, la realización de prácticas restrictivas de la competencia contrarias a los artículos 1.1 d) y 2 LDC, al suscribir acuerdos de alquiler (entre el Grupo Inditex y las sociedades inmobiliarias/promotoras) que supondrían una barrera a la entrada de otras empresas del sector en los espacios comerciales de centros comerciales.

- Resolución (Exp. 2784/07, Mediaproducción) del 19 de junio de 2008.

El Consejo de la CNC acordó admitir la propuesta de archivo formulada por la Dirección de Investigación del expediente iniciado en virtud de la denuncia interpuesta por J.T.M., en nombre de *Unión Deportiva Salamanca, S.A.D., Málaga Club de Fútbol, S.A.D., Real Club Recreativo de Huelva, S.A.D., Sociedad Deportiva Eibar, S.A.D., Unión Deportiva Las Palmas S.A.D., Club Deportivo Numancia de Soria S.A.D., Albacete Balompié, S.A.D., Real Club Deportivo Mallorca, S.A.D., Cádiz Club de Fútbol, S.A.D., Elche Club de Fútbol, S.A.D., Deportivo Alavés, S.A.D., Xerez Club Deportivo, S.A.D., Unión Deportiva Almería, S.A.D., Club Polideportivo Ejido, S.A.D., Real Sporting de Gijón, S.A.D., Club de Fútbol Ciudad de Murcia, S.A.D., Real Valladolid de Fútbol, S.A.D.*, contra Mediaproducción S.L., por abuso de posición dominante en el mercado de adquisición de derechos audiovisuales de los partidos de fútbol de Primera y Segunda División, de la Liga Nacional de Fútbol y de los partidos de la Copa de S.M. El Rey, consistentes en la presunta negativa injustificada a adquirir, en condiciones equitativas los derechos audiovisuales de los denunciados, para las temporadas 2009/2010 y siguientes, infringiendo el artículo 6 de la Ley 16/1989 del 17 de julio, de Defensa de la Competencia (actualmente, artículo 2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia).

- Resolución (Exp. S/0061/08, SIXT AENA) del 29 de julio de 2008.

En esta Resolución el Consejo de la CNC confirmó la propuesta de la Dirección de Investigación ,de no incoar procedimiento sancionador y archivar la denuncia presentada por SIXT RENT A CAR, S.L. contra AEROPUERTOS ESPAÑOLES Y NAVEGACIÓN AÉREA (AENA), por supuestas prácticas restrictivas de la competencia prohibidas por el artículo 2 LDC y del artículo 82 CE, relativas a los concursos convocados por esa compañía para el otorgamiento de concesiones para la explotación de la

actividad de alquiler de vehículos sin conductor, en determinados aeropuertos españoles, entre ellos, el de Santiago de Compostela.

- Resolución (Expte. 634/07, MDC Ingeniería/Productos Haller) del 21 de julio de 2008.

Este expediente se inicio por la denuncia de MDC INGENIERÍA S.L., una empresa domiciliada en Bergondo (A Coruña) dedicada a la ejecución de proyectos técnicos para la construcción de naves, iluminación y obra hidráulica y la fabricación y comercialización de equipos de diseño propio y carrozarías especiales.

En esta Resolución el Consejo de la CNC acordó declarar que se tenga acreditada la realización de una conducta restrictiva de la competencia prohibida por el artículo 1 LDC y el artículo 81 CE consistente en la limitación de las ventas pasivas mediante la adopción de acuerdos de licencia entre HALLER UMWELTSYSTEME GMBH & CO como cedente y C.L.G. y SOMA como licenciarios, que contengan cláusulas que limitan tales ventas. También señalo acreditada la realización por parte de estas empresas, y de VEICAR, de actuaciones tendentes a hacer un uso efectivo de tales cláusulas para evitar las ventas pasivas en el territorio español.

- Resolución (Expedientes 2600/05 CNE/EMPRESAS SECTOR, 2771/07 ENDESA, 2772/07 ACECA e 2773/07 IBERDROLA) del 28 de julio de 2008.

En esta Resolución el Consejo de la CNC acordó que no procedía el archivo de las actuaciones abiertas como consecuencia de los Informes remitidos por la Dirección de Investigación y que dieron lugar a los expedientes 2600/05 CNE/EMPRESAS SECTOR, 2771/07 ENDESA, 2772/07 ACECA y 2773/07 IBERDROLA.

Asimismo acordaba instar a la Dirección de Investigación a incoar un expediente en base al artículo 49.1 LDC, para investigar tanto la

existencia de las conductas anticompetitivas, que los datos agregados recogidos parecen evidenciar, como la identificación de las empresas responsables de dichas conductas recogidas en un informe de la Comisión Nacional de la Energía (CNE), de lo que se desprendía la eventual infracción del artículo 6 de la Ley 16/1989 (hoy artículo 2 LDC).

- Resolución (Exp. 2707/06, ASEINGAS/DISTRIBUIDORES DE GLP) del 25 de septiembre de 2008.

En el Exp. 2707/06, el Consejo acordó non incoar expediente sancionador y archivar las actuaciones respecto de las empresas DISA GAS SAU, CEPSA GAS LICUADO y GAS NATURAL, seguidas como consecuencia de la denuncia presentada por la Asociación de Empresas Instaladoras de Gas de Ámbito Nacional (ASEINGAS) por “*determinadas irregularidades producidas en el mercado de las instalaciones y las revisiones de gas en todo el territorio nacional*”, de la que se infería la presunta infracción del artículo 6 de la Ley 16/1989 (hoy artículo 2 LDC). No obstante, en la Resolución se señala que la conducta de REPSOL BUTAÑO S.A. de negarse a proporcionar información debe ser objeto del expediente de vigilancia de la Dirección de Investigación nº 2208 VIG.

- Resolución (Exp. S/0043/08, Confederación Nacional de Autoescuelas) del 13 de noviembre de 2008

El Consejo de la CNC confirmó la propuesta de archivo del Expediente sancionador S/0043/08, que fue elevada por la Dirección de Investigación y no incoar procedimiento sancionador, así como el archivo de las actuaciones seguidas como consecuencia de la denuncia presentada por D. XXX contra la *Confederación Nacional de Autoescuelas de España* y la *Dirección General de Tráfico* por considerar que no existen indicios de la existencia de un acuerdo para impartir cursos de rehabilitación y sensibilización a los conductores que tengan perdido puntos.

Desde una perspectiva sectorial, los expedientes de la CNC se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Alquiler de locales comerciales (1),
- Auto-escuelas (1),
- Energía (2),
- Televisión (1),
- Transporte aéreo (1).

4.4. Operaciones de concentración económica

El cambio normativo derivado de la aprobación de la nueva Ley 15/2007 implica importantes consecuencias, tanto en la fijación de umbrales, e incluso en la competencia de los diferentes órganos, como en la eventual participación de las Comunidades Autónomas, en los casos de aquellas operaciones que lleguen a la segunda fase. Según establece el artículo 58.1, párrafo según LDC: *“En el supuesto de que la concentración incida de forma significativa en el territorio de una comunidad autónoma, la Dirección de Investigación le solicitará informe preceptivo, no vinculante, a la comunidad autónoma afectada, la que le remitirá, junto con la nota sucinta, copia de la notificación presentada, una vez resueltos los aspectos confidenciales de esta, para emitir el informe en el plazo de veinte días.”*

Del total de operaciones de concentración notificadas en España en el año 2008, que se redujo, segundo los datos que figuran en la Web institucional de la CNC, de los 125 del 2007, a los 88 del 2008, ya tramitados todos ellos al amparo de la Ley 15/2007 solamente 6 tenían vinculación con Galicia, por disponer de establecimientos en su territorio. En ninguno de estos casos se requirió información al Tribunal. Los expedientes son los siguientes⁵:

⁵ Datos tomados de la web da CNC: <http://www.cncompetencia.es/index.asp?m=42&p>

EXPEDIENTE C/0125/08 NUTREXPA/CUETARA

FECHA NOTIFICACIÓN: 17/12/2008

OPERACIÓN: Adquisición por parte de NUTREXPA, S.I. del negocio de galletas Cuétara del Grupo SOS.

SECTOR: NACE: C-10 Sector alimentario

Fase 1

RESOLUCIÓN: Autorizada en primera fase (15/01/2009). [Resolución del Consejo \(Expte. C/0125/08, NUTREXPA/CUETARA\) e Informe de la DI](#)

EXPEDIENTE C/0114/08 CAIXANOVA / R CABLE

FECHA NOTIFICACIÓN: 29/10/2008

OPERACIÓN: Adquisición por parte de Caixa de Aforros de Vigo, Ourense de Pontevedra (CAIXANOVA) del control exclusivo de R Cable y Telecomunicaciones Galicia, S.A. (R CABLE).

SECTOR: NACE: H.49.30 Otro transporte terrestre de pasajeros

Fase 1

RESOLUCIÓN: Autorizada en primera fase (26/11/2008). [Resolución del Consejo \(Expte. C/0114/08, CAIXANOVA / R CABLE\) e Informe de la DI](#)

EXPEDIENTE C/0098/08 GAS NATURAL/UNIÓN FEENOSA

FECHA NOTIFICACIÓN: 03/09/2008

OPERACIÓN: Adquisición por parte de GAS NATURAL SDG, S.A. de una participación accionarial de control sobre UNIÓN FEENOSA, S.A.

SECTOR: NACE: D.35.1 y D.35.2 Producción, transporte y distribución de energía eléctrica. Producción de gas; distribución por tubería de combustibles gaseosos.

Fase 1

RESOLUCIÓN: Acuerdo de iniciar la segunda fase (07/11/2008). [Resolución del Consejo \(Expte. C/0098/08, GAS NATURAL/UNIÓN FEEN LOSA\) e Informe de la DI](#) [Nota sucinta](#)

Fase 2

RESOLUCIÓN: Informe y propuesta de Resolución [Resolución del Consejo \(Expte. C/0098/08, GAS NATURAL/UNIÓN FEENOSA\) e Informe de la DI](#)

EXPEDIENTE C/0093/08 21 CENTRALE PARTNERS/INTERFLORA ESPAÑA

FECHA NOTIFICACIÓN: 08/08/2008

OPERACIÓN: Toma de control exclusivo de FLEUROP INTERFLORA ESPAÑA, S.A. por 21 CENTRALE PARTNERS, S.A.

SECTOR: NACE: G 47.76 Envío y entrega a distancia de flores y plantas

Fase 1

RESOLUCIÓN: Autorizar en primera fase (03/09/2008). [Resolución del Consejo \(Expte. C/0093/08, 21 CENTRALE PARTNERS/INTERFLORA ESPAÑA\) e Informe de la DI](#)

EXPEDIENTE C/0092/08 FINSA/UTISA

FECHA NOTIFICACIÓN: 07/08/2008

OPERACIÓN: Adquisición por parte de FINANCIERA MADERERA, S.A. (FINSA) del control exclusivo de UTISA TABLEROS DEL MEDITERRÁNEO, S.L. (UTISA) sobre la que ya tiene el control conjunto.

SECTOR: NACE: D.D.20 Fabricación y distribución de tableros de madera

Fase 1

RESOLUCIÓN: Autorizar en primera fase (03/09/2008). [Resolución del Consejo \(Expte. C/0092/08, FINSA/UTISA\) e Informe de la DI](#)

EXPEDIENTE C/0091/08 IBERIA / VUELING -CLICKAIR

FECHA NOTIFICACIÓN: 06/08/2008

OPERACIÓN: Toma de control exclusivo de la entidad resultante de la fusión de VUELING AIRLINES, S.A. ("VUELING") y CLICKAIR, S.A. por IBERIA LÍNEAS AÉREAS DE ESPAÑA, S.A. ("IBERIA").

SECTOR: NACE: H.51.1 1 Transporte aéreo de pasajeros.

Fase 1

RESOLUCIÓN: Archivar por ser la notificación de la competencia europea (08/10/2008).

De estés expedientes, solamente el relativo a la operación GAS NATURAL/UNIÓN FEENOSA (Exp. C/0098/08) paso la segunda fase, por lo que la CNC podría tener requerido el informe del TGDC, según el artículo 659 LDC.

El TGDC solicitó emitir el preceptivo informe, ya que la citada operación afectaba sensiblemente a la Comunidad Autónoma de Galicia. La CNC, no lo consideró necesario, sobre la base de que la operación afectaba a más de una comunidad autónoma, y no solamente a Galicia.

5. SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA A PARTIR DE INDICADORES

La situación de la competencia en un determinado sector puede estimarse sobre la base del conocimiento de indicadores del nivel de competencia existente.

Un sector se puede definir como un grupo de empresas que fabrican y ofertan productos que son substitutivos próximos. En la práctica suele darse controversia sobre el grado en el que los productos son substitutivos en términos de necesidad, categoría, proceso y mercado geográfico.

5.1. Posibles indicadores de la situación competitiva

La detección de posibles restricciones a la competencia puede realizarse sobre la base de indicadores o marcadores adecuados. Estos marcadores se pueden asociar a los tres elementos básicos del paradigma “Estructura-Conducta-Resultados” (ECR) de la Economía Industrial. Así pues, podemos identificar marcadores o indicadores relacionados con: (a) la estructura del sector; (b) la conducta de las empresas que lo forman; y (c) los resultados obtenidos.

El enfoque estructural identifica mercados con rasgos que favorecen la formación de cárteles. Las revisiones de la literatura tienden a coincidir en que la colusión es más probable cuanto: (a) menor sea el número de empresas; (b) mayor sea el grado de concentración; (c) mayor sea la homogeneidad del producto y menor el nivel de innovación; (d) más similar sea la estructura de costes de las empresas; (y) más exceso de capacidad instalada exista; (f) más estable sea la demanda y menor a elasticidad de la demanda; y (g) más elevadas sean las barreras a la entrada.

El enfoque de la Nueva Economía Industrial (NEI) enriquece el paradigma ECR, centrando el énfasis en el comportamiento y en las formas en las que el resultado y el comportamiento afectan a la estructura de la industria. Entre los supuestos característicos de este enfoque destacan los siguientes: (a) los resultados pueden afectar a la estructura del sector, porque un nivel sobrecompetitivo de beneficios puede utilizarse para generar barreras a la entrada; (b) el comportamiento puede terminar alterando la estructura por la vía de acuerdos colusivos tácitos y (c) la causalidad ya no es unidireccional, sino que es más compleja.

Se basan en la NEI, se pueden utilizar diversos indicadores o marcadores de comportamiento en el marco de un proceso de evaluación preliminar de los sectores con el objetivo de detectar cárteles. Un sector que puntúe alto en los marcadores de comportamiento colusivo podría ser investigado con más profundidad para contrastar la colusión y la competencia como explicaciones alternativas del comportamiento existente en el mismo.

Los marcadores (markers) de comportamiento pueden ser: (a) de precios, siendo su incremento el indicador más obvio de la transición a la colusión; y (b) de cantidades, ya que la colusión impone una estructura intertemporal en la cuota de mercado.

Como marcadores del precio colusivo se propusieron, entre otros, los siguientes: (a) precio de lista (o regular) más elevado y variación menor en los precios a los clientes [*A higher list (or regular) price and reduced variation in prices across customers*]; (b) serie de incrementos de los precio continua, precedida por disminuciones de los precios pronunciadas [*A series of steady price increases is preceded by steep price declines*]; (c) precio que aumenta e importaciones que disminuyen [*Price rises and imports decline*]; (d) los precios de las empresas están correlacionados positiva y fuertemente [*Firms' prices are strongly positively correlated*]; y (e) un elevado grado de uniformidad entre

empresas en el precio del producto y en otras dimensiones que incluyen los precios de servicios adicionales [*A high degree of uniformity across firms in product price and other dimensions including the prices for ancillary services*].

Por lo que respecta a las cantidades, se sugirieron los siguientes marcadores: (a) cotas de mercado muy estables a lo largo del tiempo [*Market shares are highly stable over estafe*]; y (b) cotas de mercado individuales de las empresas de un cierto subconjunto, en relación a la cota de ese subconjunto en la oferta total, muy estables en el tiempo [*There is a subset of firms for which each firm's share of total supply for that subset of firms is highly stable over estafe*].

5.2. Tipología de mercados en Galicia desde la perspectiva de la competencia

En este punto es relevante recordar los resultados básicos del estudio encargado por el TGDC sobre las características generales de la competencia en Galicia –titulado “Panorama Competitivo de Galicia” y realizado por el Grupo Jean Monnet de Economía Industrial Europea, de la Universidad de A Coruña, bajo la dirección del profesor doctor D. Andrés Faiña Medín, catedrático de la citada Universidad– en lo relativo a los niveles de concentración⁶ existentes en 44 sectores económicos, a nivel de dos dígitos de la clasificación CNAE, y de 96 subsectores a nivel de tres o cuatro dígitos CNAE. A partir de este análisis, el TGDC elaboró la tipología sectorial siguiente:

⁶ La estructura de un mercado puede explorarse a través de varios indicadores. Los más destacados son el número de empresas, la cota de mercado de las empresas participantes, y la utilización de índices de concentración, entre los que el más usado es el IHH (Índice Herfindahl-Hirschman), que se define como la suma de los cuadrados de las cuotas de mercado de las empresas del sector, y asociado a este indicador, el número de empresas equivalente. Se trata, en definitiva, de determinar el poder de mercado de las empresas participantes, que se define, de modo genérico, como la capacidad de un operador para actuar con independencia de sus competidores.

5.2.1. Mercados con predominio de oligopsonios

Sectores en los que se identifica la presencia de oligopsonios, es decir, donde los demandantes de los productos considerados tienen un alto poder de mercado. En este tipo se sitúan: (a) productos cárnicos; (b) producción láctea; y (c) producción forestal.

5.2.2. Mercados regulados

Mercados caracterizados por la intervención regulatoria de la Administración o por la propia participación del sector público como operador. Pueden diferenciarse tres tipos:

- i) Mercados regulados a nivel estatal, con un régimen prácticamente de monopolio en Galicia: (a) producción y distribución de energía; y (b) venta al por mayor de carburantes.
- ii) Sectores altamente regulados: (a) Comercio al por mayor de productos farmacéuticos; y (b) telecomunicaciones.
- iii) Sectores con intervención pública directa de sector público como operador: (a) correos; (b) captación, depuración y distribución de agua; y (c) actividades recreativas.

5.2.3. Mercados concentrados sometidos a la competencia global

Diversos sectores registran niveles de concentración y de poder de mercado elevados pero están sometidos a una intensa competencia a nivel estatal o internacional, por lo que no se puede, en principio, afirmar que vayan a existir tendencias anticompetitivas en su seno, de manera que, en definitiva, los índices de concentración y demás indicadores de poder de mercado no resultan especialmente significativos. Son los siguientes: (a) aluminio; (b) fabricación de material electrónico; (c) fabricación de maquinaria eléctrica y otros materiales

eléctricos; (d) fabricación de vehículos; (e) industria química; (f) metalúrgica; y (g) comercio al por mayor de vestir.

Otros sectores muestran igualmente una concentración elevada en Galicia y están sometidos a competencia a nivel general, pero pueden registrar prácticas que exijan la vigilancia de las autoridades de competencia. Son los siguientes: (a) distribución de películas; y (b) transporte aéreo.

5.2.4. Otros mercados concentrados

Se trata en este caso de sectores de la economía gallega con índices de concentración elevados sobre los que se debe efectuar una vigilancia y probablemente realizar estudios para ahondar en su conocimiento. En este tipo se integran: (a) construcción; (b) fabricación de cemento; (c) comercio al por menor de alimentación; (d) venta de carburantes al por menor; (e) intermediación financiera; (f) venta, mantenimiento y reparación de vehículos; (g) servicios portuarios; (h) edición de periódicos; (i) acuicultura; (j) exhibición de películas; y (k) fabricación de piensos para alimentación de animales de granja

Por último, hace falta reiterar que la anterior relación responde a criterios de identificación de mercados con índices elevados de concentración empresarial. No se debe presuponer la existencia de prácticas anticompetitivas por esa razón, ni tampoco que otros sectores no recogidos en esa relación no sean susceptibles de tales prácticas. Un análisis completo de la competencia en Galicia a nivel sectorial debe tener en cuenta el resultado de otros indicadores y enfoques analíticos.

6. SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA A PARTIR DE LAS PERCEPCIONES DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES GALLEGAS

El enfoque subjetivo para el análisis de la competencia supone recoger información sobre las percepciones de los operadores económicos. Para su desarrollo se requiere seleccionar una muestra representativa de estos y elaborar un cuestionario acomodado al objetivo del análisis. Entre los estudios más relevantes con esta metodología se encuentran los realizados por el Office of Fair Trading (OFT) del Reino Unido.

En el año 2006 el TGDC redactó un cuestionario adaptado a las características de la situación gallega, con el objeto de conocer las percepciones de los empresarios sobre la situación de la competencia que, posteriormente, en el año 2007, fue revisado para adaptarlo a las características de una población objetivo formada por responsables de empresas comerciales. Para el estudio realizado en el 2008, el cuestionario inicial fue de nuevo modificado para incorporar los conocimientos obtenidos en los estudios previos y ajustarlo mejor a los rasgos de los responsables de empresas no-comerciales.

Antes de explicar las características básicas del nuevo instrumento de análisis y mostrar los resultados conseguidos, hace falta indicar que la realización de este tipo de estudios, iniciados por la OFT en el 2003, es consecuencia del reconocimiento de la dificultad de medir con fiabilidad el impacto directo en los mercados de las actividades realizadas por los organismos de defensa de la competencia y de la creencia de que es más adecuado hacerlo mediante el análisis de las percepciones de los agentes económicos.

6.1. Objetivos del estudio

El Decreto 20/2005, del 3 de febrero, de desarrollo de la Ley 6/2004, del 12 de julio, reguladora de los órganos de defensa de la competencia de la Comunidad Autónoma de Galicia recoge en su artículo

1 la posibilidad de que el Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia (TGDC) promueva la realización de estudios en materia de competencia.

La realización de estudios desde la perspectiva de la competencia por el TGDC responde al impulso proactivo que este organismo desea imprimir a sus actuaciones, desde su constitución en 2005.

En el 2003, la OFT hizo una investigación cualitativa de naturaleza exploratoria para identificar el grado en el que los empresarios podrían dar respuestas fiables –con conocimiento de la materia. A partir de las respuestas obtenidas, la OFT elaboró un cuestionario para realizar una encuesta sobre la materia.

En el año 2006, el TGDC decidió realizar un estudio pionero en el ámbito español sobre la percepción de la competencia por los operadores económicos de la Comunidad Autónoma de Galicia basándose en los argumentos y precedentes establecidos por la OFT. El interés de los resultados conseguidos, las limitaciones de representatividad de algunos sectores y la creencia de la importancia de conocer la evolución de los valores relativos a la materia de defensa de la competencia llevó a que el estudio anterior había sido seguido por otro en el año 2007, de características semejantes pero limitado únicamente a la población de empresas comerciales de Galicia, con el objetivo de incrementar la precisión y fiabilidad de los resultados.

Siguiendo con la pauta establecida, el TGDC consideró acomodado centrar el estudio correspondiente al año 2008 sobre el colectivo de empresas no comerciales, con el objeto de conseguir una mayor representatividad en las respuestas correspondientes a los diversos subsectores que lo forman. Los objetivos concretos de este estudio eran conocer:

1. el grado en el que los responsables de empresas no comerciales gallegas juzgan que existen abusos en los mercados,

2. el grado en el que los responsables de empresas no comerciales gallegas asumen valores positivos o negativos sobre el proceso competitivo en los mercados,
3. el grado de notoriedad de los órganos de defensa de la competencia gallegos.

Una vez aprobada la realización del estudio de campo por el Pleno del TGDC, este fijó una oferta pública. Una vez evaluadas las propuestas, el citado estudio fue asignado al Instituto Sondeo, S.L. La ficha técnica de la encuesta realizada es la siguiente:

- **Tamaño muestral:** 812 entrevistas efectivas.
- **Error de muestreo:** Con un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas) y $P=Q=50\%$ como hipótesis más desfavorable, el error máximo admitido para el conjunto de la muestra es de $\pm 3.53\%$.
- **Universo:** El universo del estudio estaba constituido por las empresas localizadas en Galicia no comerciales (se excluyen, por lo tanto, los epígrafes 51 y 52 del CNAE-93) con más de 6 trabajadores. Como referencia se utilizó el Directorio de Empresas y Unidades locales que el Instituto Gallego de Estadística actualizó a 1 de enero de 2007. Una vez dispuesta la muestra, hacia la obtención de los datos de localización de cada una de las potenciales empresas informantes, la fuente utilizada fue el Directorio Ardán, en el que constaban 6.425 empresas en los epígrafes CNAE de interés.
- **La fijación:** Polietápica, proporcional según la actividad de la empresa en primera fase; aleatoria para la selección de la empresa utilizando como fuente la base de datos Ardán del año 2008.
- **Selección muestral:** Realizada de forma aleatoria **afixada** proporcionalmente por tamaño y sector teniendo en cuenta criterios de representatividad provincial.
- **Recogida de información:** Telefónica asistida por computador (sistema CATI).

- **Período de encuesta:** la fecha de comienzo del trabajo de campo fue el 17 de noviembre de 2008, rematando el 27 del mismo mes. La duración media de la encuesta fue de 13.5 minutos, aunque un 25% de las entrevistas realizadas superó los 17 minutos.

Se debe indicar que, dada la fecha de recogida de la información, los datos incorporan evaluaciones afectadas por el comienzo de la crisis económica.

El tratamiento de los datos recogidos y la elaboración de conclusiones fue realizada internamente por el presidente del Tribunal.

6.2. Distribución de la muestra de empresas entrevistadas

La caracterización de las empresas que participaron en el estudio y cuyos directivos fueron entrevistados, por sector, localización, antigüedad, tipo de clientes finales, tamaño y situación percibida, es la que se recoge en los siguientes apartados.

6.2.1. Sectores

La distribución de las empresas que fueron contactadas y participaron en el estudio es, por sectores, la que se recoge en la Tabla 1.

Tabla 1. Distribución por sectores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
Industria extractiva	10	1,2	1,2
Industria manufacturera	228	28,1	29,3
Producción o distribución de energía, gas o agua	2	0,2	29,6
Construcción	230	28,3	57,9

Hostelería	66	8,1	66,0
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	59	7,3	73,3
Intermediación financiera	13	1,6	74,9
Actividades inmobiliarias	122	15,0	89,9
Educación	24	3,0	92,9
Actividades sanitarias y veterinarias	20	2,5	95,3
Servicios personales y otros servicios	38	4,7	100,0
Total	812	100,0	

Los sectores que cuentan con un mayor número de empresas en la muestra son, por este orden: construcción; industria manufacturera; actividades inmobiliarias; hostelería; transporte, almacenamiento y comunicaciones. Cada uno de estos sectores participa en la muestra con un porcentaje superior al 5%. Estos sectores son los únicos que se tienen en cuenta para los análisis de relación.

El sector de pertenencia de la empresa es importante pues la frecuencia de algunas de las conductas examinadas y algunas de las evaluaciones de los entrevistados varían según el sector en el que la empresa opera.

6.2.2. Localización provincial

La distribución de las empresas entre las cuatro provincias gallegas se recoge en la Tabla 2.

Tabla 2. Distribución por provincias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
A Coruña	303	37,3	37,3
Lugo	75	9,2	46,6
Ourense	68	8,4	54,9
Pontevedra	366	45,1	100,0
Total	812	100,0	

La mayoría de las empresas entrevistadas se localizan en la provincia de Pontevedra (45,1%), seguida de A Coruña (37,3%). Las provincias de Lugo y Ourense aportan porcentajes mucho más pequeños (9,2% y 8,4%, respectivamente).

No existen diferencias significativas en la distribución sectorial según las provincias donde se localizan las empresas y tampoco en la frecuencia percibida de las conductas examinadas, salvo en la cuestión relativa a la recomendaciones de las asociaciones de incrementar los precios, que es percibida más frecuente en Ourense y menos en Pontevedra.

6.2.3. Años que lleva la empresa en el mercado

La distribución de las empresas que participaron en el estudio según los años que llevan en el mercado se recoge en la Tabla 3.

La mayor parte de las empresas entrevistadas llevan más de 10 años en su mercado (84,3%), mientras que las más jóvenes, con menos de 5 años de permanencia, son sólo el 2,3%, lo que es consistente con la naturaleza dominante de los sectores examinados: industriales y de servicios a empresas. Para los análisis de relación las categorías “menos de 5 años” y 5-10 años se agregan en una sola.

Tabla 3. Distribución por antigüedad en el mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
> 5 años	19	2,3	2,3
5-10 años	108	13,3	15,6
10-20 años	300	36,9	52,6
< 20 años	385	47,4	100,0
Total	812	100,0	

Los datos muestran la existencia de una relación significativa ($p < .05$) entre los años de antigüedad de la empresa y el sector industrial

al que pertenece. Así, en la industria manufacturera y en el sector del transporte existen menos empresas de menos de 20 años de las esperadas según la hipótesis de independencia; mientras que sucede el contrario –más empresas jóvenes– en el caso de la construcción e inmobiliarias. En el sector de la hostelería existen menos empresas de las esperadas según la hipótesis citada en el extracto de 10–20 años y más de las esperadas en los dos grupos restantes.

También existe una relación significativa entre los años de antigüedad de la empresa y la provincia en la que se localiza. Así, en A Coruña existen menos empresas con una antigüedad menor de 10 años de las esperadas según la hipótesis de independencia, mientras que existen más de las esperadas sobre todo en el tramo de 10–20 años. En Lugo, existen menos empresas con más de 20 años de las esperadas, mientras que existen más de las esperadas sobre todo en el tramo de 10–20 años. En Ourense, existen menos empresas con menos de 10 años de las esperadas, mientras que existen más de las esperadas sobre todo en el tramo de más de 20 años. De acuerdo con los datos, Pontevedra fue la provincia donde se crearon más empresas en los últimos diez años, existiendo más empresas con menos de 10 años de las esperadas.

La antigüedad de la empresa en el mercado no diferencia significativamente las medias de las distintas frecuencias percibidas de las conductas consideradas en la encuesta.

6.2.4. Tipo de clientes finales

La distribución de las empresas que participaron en el estudio por el tipo de clientes se recoge en la Tabla 4.

La mayoría de las empresas entrevistadas dirigen su oferta tanto a consumidores individuales como a empresas (45,8%), seguidas por las que se dirigen solamente a otras empresas y organizaciones (41,1%).

Tabla 4. Distribución por tipo de clientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
Otras empresas y organizaciones	334	41,1	41,1
Consumidores individuales	105	12,9	54,1
Consumidores individuales y empresas	372	45,8	99,9
No contesta	1	0,1	100,0
Total	812	100,0	

Existe una relación significativa entre el sector industrial y el tipo de clientes de la empresa. Así, en la industria manufacturera, en el sector del transporte y en el sector de las actividades inmobiliarias existen menos empresas orientadas a los consumidores individuales de las esperadas según la hipótesis de independencia; mientras que sucede el contrario en el caso de la construcción y de la hostelería.

El tipo de cliente diferencia significativamente la frecuencia percibida promedio de los diferentes grupos de empresas en algunas de las conductas consideradas en la encuesta, como se indica en el análisis de cada una. En general, los resultados manifiestan que ciertas conductas son significativamente más frecuentes cuando la empresa tiene como clientes la “individuos y empresas” y a “otras organizaciones y empresas” que cuándo se dirige sólo a los consumidores individuales.

6.2.5. Número de empleados a tiempo completo

La distribución de las empresas que participaron en el estudio por tamaño, medido por el número de empleados a tiempo completo, se recoge en la Tabla 5.

Tabla 5. Distribución por tamaños

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
> 6 trabajadores	11	1,4	1,4
6-19 trabajadores	419	51,6	53,0
20-49 trabajadores	254	31,3	84,2

50-99 trabaxadores	77	9,5	93,7
< 99 trabaxadores	113	15,2	99,4
No contesta	5	0,6	100,0
Total	812	100,0	

Dado el carácter representativo de la población de empresas gallegas con más de 5 trabajadores y menos de 251 trabajadores, el 51,6% de las empresas se encuentra en el intervalo de 6-19 trabajadores (172 empresas con 6-10 empleados y 247 empresas con 11-19 empleados). Luego se sitúan las empresas que tienen entre 20 y 49 trabajadores, que son el 31,3% del total.

Existe una relación significativa entre lo tamaño de la empresa y el sector industrial. Así, en la industria manufacturera existen más empresas con 50-250 empleados del esperado segundo la hipótesis de independencia. En el tramo 20-49 empleados existen más empresas, sobre todo en el sector de la construcción, de las esperadas. En el relativo al tramo 6-19 empleados a mayor desviación se da en los sectores de la hostelería y actividades inmobiliarias, en los que existen un número mayor de empresas de las esperadas según la hipótesis de independencia.

También existe relación entre lo tamaño de la empresa y su antigüedad. En el intervalo de 6-19 empleados se sitúan más empresas con una antigüedad menor a 20 años, sucediendo lo contrario en el intervalo 50-250 empleado.

Asimismo se encuentra una relación significativa entre lo tamaño de la empresa y el tipo de clientes a los que se dirige. Las empresas integradas en el intervalo 6-19 empleados se orientan más a los clientes individuales; las empresas del intervalo 20-49 empleados, se dirigen más a consumidores individuales y empresas; y las empresas con 50-250 empleados tienen más como clientes a otras empresas y organizaciones.

El tamaño de la empresa no diferencia significativamente las medias de las distintas frecuencias percibidas de las conductas consideradas en la encuesta.

6.2.6. Situación del sector

La distribución de las empresas que participaron en el estudio según la situación del sector, medido por su grado de crecimiento, se recoge en la Tabla 6.

Como se puede comprobar, la mayoría de las empresas entrevistadas consideran que su situación es de descenso (50,5%), seguidas por las que creen que el mercado está estable (28,0%). Únicamente un 1,1% de las empresas indicaba que su mercado mostraba un gran crecimiento

Tabla 6. Distribución por situación del sector

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
El mercado muestra un gran crecimiento/crece bastante	72	8,9	8,9
El mercado crece un poco	88	10,8	19,7
El mercado está estable	227	28,0	47,7
El mercado está en declive	410	50,5	98,2
No contesta	15	1,8	100,0
Total	812	100,0	

También existe una relación significativa entre el sector industrial y la situación percibida del sector. Así, en la industria manufacturera un número de empresas mayor de lo esperado según la hipótesis de independencia dice que el mercado está estable. La percepción más negativa se encuentra en los sectores de la construcción y del transporte; mientras que la más favorable proviene proporcionalmente del sector de la hostelería.

La situación percibida del mercado casi no diferencia las percepciones sobre la frecuencia de las conductas examinadas, excepto tres de ellas: actuación de empresas ilegales/no autorizadas; fijación de precios por debajo de los costes; y concesión de ayudas o subvenciones públicas.

El análisis conjunto entre esta variable y las correspondientes al sector y tamaño de las empresas no muestra relación entre ellas, de modo que la percepción del grado de crecimiento del mercado no varía de una manera significativa según el sector ni se encuentra relacionado con el tamaño de las empresas que lo conforman.

6.3. Resultados del análisis de los datos

En este apartado se recogen los resultados del estudio, mostrando los porcentajes correspondientes a las diversas cuestiones examinadas e identificando las relaciones existentes entre las variables consideradas y las características de las empresas.

6.3.1. Cuestiones relativas a la frecuencia de conductas anticompetitivas o presuntamente anticompetitivas

Este apartado recoge las respuestas de los entrevistados a un conjunto de cuestiones sobre la frecuencia de conductas anticompetitivas o presuntamente anticompetitivas en su sector. Obviamente, cuando la respuesta es que tal tipo de conductas es muy frecuente debería llevar a un análisis más al por menor en los sectores donde se perciban con más frecuencia.

En la Tabla 7 se recoge el número de entrevistados que respondieron a cada una de las cuestiones, así como el promedio aritmético y la desviación típica correspondientes.

Tabla 7. Número, media y desviación típica de las cuestiones de la pregunta 6

1 = Ocorre con mucha frecuencia; 4= no ocurre nunca	N	Media	Desv. típ.
1. Actuación de empresas ilegales/no autorizadas	768	2,94	1,01
2. Fijación de precios por debajo de los costes	772	2,66	1,06
3. Acuerdos de fijación de precios entre empresas rivales	778	3,55	,76
4. Acuerdos entre empresas competidoras para repartirse el mercado o sus clientes	787	3,64	,69
5. Acuerdos entre empresas para repartirse las fuentes de aprovisionamiento	765	3,68	,64
6. Acuerdos entre empresas para limitar (o controlar) el desenvolvimiento técnico	768	3,72	,59
7. Imposición del precio de venta por parte de los subministradores o de los distribuidores	777	3,19	1,00
8. Fijación de precios por una empresa dominante con el objetivo de expulsar del mercado a sus rivales	777	3,33	,90
9. Fijación de precios abusivos para los consumidores como consecuencia de la posición de dominio de una empresa	781	3,56	,77
10. Negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra de productos o servicios	737	3,66	,63
11. Aplicación a alguien de las empresas de condiciones desiguales en los contratos para prestaciones equivalentes por parte de los subministradores	749	3,15	,94
12. Subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones complementarias que no están relacionadas con el objeto del contrato	725	3,49	,73
13. Recomendaciones de las asociaciones de empresas del sector de incrementar el precio	783	3,51	,82
14. Acuerdos o recomendaciones que limitan la libertad de las empresas para hacer descuentos	787	3,67	,65
15. Las empresas fabricantes de los productos fijan un precio de venta a los distribuidores	712	3,06	1,12
16. Incorporación de cláusulas en los contratos a fin de inducir a los clientes del distribuidor de que no compre productos que compitan con los	756	3,70	,65

suyos	729	3,54	,79
17. Acuerdos para distribuir determinados productos por un solo canal de distribución			
18. Acuerdos entre empresas para participar fraudulentamente en una puja o licitación pública	722	3,68	,70
19. Establecimiento por la Administración Pública de condiciones que limitan injustificadamente la participación de algunas empresas en los contratos públicos	710	3,31	,98
20. Concesión de ayudas o subvenciones públicas que favorecen o unen a las empresas frente a otras competidoras	723	2,96	,98

En general, los entrevistados muestran una percepción de que las conductas identificadas en el cuestionario son muy infrecuentes, ya que la mayor parte de las mismas consigue una promedio superior a 3 (que indica que ocurre muy raramente). Solamente tres proposiciones tienen medias por debajo de ese valor, aunque muy cerca del mismo:

- Fijación de precios por debajo de los costes (2,66).
- Actuación de empresas ilegales/no autorizadas (2,94).
- Concesión de ayudas o subvenciones públicas que favorecen o unen a las empresas frente a otras competidoras (2,96).

En el otro extremo, entre las prácticas menos frecuentes se sitúan los acuerdos entre empresas competidoras para limitar (o controlar) el desarrollo técnico, que consiguen un promedio de 3,72 (4 significa que se percibe que tal conducta no ocurre nunca). También son percibidas como muy infrecuentes las siguientes conductas.

- Acuerdos entre empresas para repartirse las fuentes de aprovisionamiento (3,70).
- Incorporación de cláusulas en los contratos a fin de inducir a los clientes del distribuidor de que no compre productos que compitan con los suyos (3,68).
- Acuerdos entre empresas para participar de un modo fraudulento en una puja o licitación pública (3,66).

La encuesta también incorporaba una pregunta abierta referida a otras conductas que, desde la perspectiva de la competencia, el entrevistado había considerado de interés mencionar. Entre los actos identificados los siguientes asemejan los más significativos: empresas ilegales que no son cerradas; dejadez de la Administración; concesiones administrativas a las mismas empresas; pagos retardados durante mucho tiempo por las Administraciones; competencia desleal desde las fundaciones, ONGs, universidades y Administraciones Públicas; condiciones administrativas diferentes en distintas Comunidades Autónomas; desprotección de la propiedad intelectual; intervencionismo de los organismos públicos; intrusismo; irregularidades en contratos laborales; importaciones asiáticas; ayudas injustas en la hostelería; ayudas a las empresas grandes; poder de negociación de las grandes empresas; y excesiva regulación de la actividad profesional.

Aunque situados en la parte baja de la clasificación de las percepciones examinadas, el hecho de que los acuerdos de fijación de precios entre empresas sean considerados frecuentes en su sector por el 9,6% de las empresas entrevistadas, y que los acuerdos entre empresas competidoras para repartir el mercado lo sea por el 8,0% también indica la necesidad a investigar estas prácticas, de elevada gravedad desde el punto de vista de la competencia.

La creencia de los entrevistados sobre la frecuencia con que ocurren acuerdos de fijación de precios entre empresas muestra una fuerte correlación con la frecuencia con que se dan otras conductas restrictivas de la competencia; en otras palabras, cuando un empresario considera que existen acuerdos de precios también tiende a creer que existen acuerdos para repartirse el mercado, acuerdos para limitar el progreso técnico, imposición del precio de venta por suministradores o distribuidores, fijación de precios por una empresa dominante con el objetivo de expulsar del mercado sus rivales y fijación de precios abusivos para los consumidores como consecuencia de la posesión de

una posición de dominio en el mercado. Se puede hablar, pues, de un cierto efecto “*halo*” en las respuestas de los entrevistados.

Algunas de las respuestas de las empresas entrevistadas al conjunto de cuestiones sobre la frecuencia de las conductas analizadas varía significativamente según el sector de actividad; sin embargo apenas varían según los demás descriptores (tamaño, localización, antigüedad, y otros). No obstante, de los datos resulta claro que cuando las empresas perciben su situación en el mercado estable, en muchos casos eso tiene como efecto considerar las actuaciones contrarias a la competencia como menos frecuentes.

A continuación indicamos las conductas donde existen diferencias significativas entre las percepciones de los responsables de empresas de diferentes sectores (las conductas que no aparecen muestran, por tanto, resultados semejantes entre los sectores), identificando aquel (ellos) sectores donde la percepción de conductas negativas, desde la perspectiva de la competencia, es más frecuente:

1. Actuación de empresas ilegales/no autorizadas: Transporte e inmobiliario.
2. Fijación de precios por debajo de los costes: Transporte.
3. Acuerdos de fijación de precios entre empresas rivales: Transporte.
7. Imposición del precio de venta por parte de los subministradores o de los distribuidores: Transporte.
8. Fijación de precios por una empresa dominante con el objetivo de expulsar del mercado a sus rivales: Transporte.
10. Negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra de productos o servicios: Transporte.
11. Recomendaciones de las asociaciones de empresas del sector de incrementar el precio: Transporte.
12. Las empresas fabricantes de los productos fijan un precio de venta a los distribuidores: Construcción y transporte.

13. Establecemento por la Administración Pública de condiciones que limitan injustificadamente la participación de algunas empresas en los contratos públicos: Construcción, transporte e inmobiliario.

De los resultados anteriores surge claro el sector del transporte como en el que existen más problemas de competencia; apareciendo estos también, aunque en menos conductas, en los sectores de la construcción e inmobiliario. Como ya se indicó, las fechas de recogida de los datos coincidieron con la presencia ya de la crisis, sentido especialmente en ese momento en esos sectores.

6.3.1.1. Frecuencia de actuación de empresas ilegales/ no autorizadas en el sector (o mercado)

De las empresas que respondieron la esta cuestión (768), el 30,1% (234) señala que eso ocurre con mucha o bastante frecuencia. De este conjunto 96 empresas dicen que la actuación de empresas ilegales ocurre con mucha frecuencia.

Tabla 8. Frecuencia de actuación de empresas ilegales/ no autorizadas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocurre con mucha frecuencia	96	11,5	12,1	12,1
Ocurre con frecuencia	138	17,0	18,0	30,1
Ocurre raramente	257	31,7	33,5	63,5
No ocurre nunca	280	34,5	36,5	100,0
Total	768	94,6	100,0	
Perdidos Sistema	44	5,4		
Total	812	100,0		

Según las respuestas de los entrevistados, en el sector manufacturero es donde se percibe menos frecuencia en esta variable, mientras que en hostelería, transporte y comunicación, e inmobiliarias se identifican más actuaciones de esta naturaleza. También existe la

percepción de que la actuación de empresas ilegales es significativamente más frecuente cuando la empresa tiene como clientes a “individuos y empresas” que en los otros casos.

Asimismo existe la percepción de que esta actuación es significativamente menos frecuente cuando la empresa ve la situación de su mercado como estable.

La creencia de los entrevistados sobre la frecuencia de actuación de empresas ilegales/no autorizadas se correlaciona con la frecuencia con la que acontece la mayor parte de las otras conductas restrictivas de la competencia y, de manera especial, con la frecuencia con la que se fijan precios por debajo del coste.

6.3.1.2. Frecuencia con la que en el mercado se fijan los precios por debajo de los costes

De las empresas que respondieron a esta cuestión (772), el 43,7% (337) señala que esta fijación de precios ocurre con mucha o bastante frecuencia; de este conjunto, 139 empresas dicen que los precios están por debajo de los costes con mucha frecuencia.

Tabla 9. Frecuencia con la que en el mercado se fijan los precios por debajo de los costes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocurre con mucha frecuencia	139	17,1	18,0	18,0
Ocurre con frecuencia	198	24,4	25,6	43,7
Ocurre raramente	221	27,2	28,6	72,3
No ocurre nunca	214	26,4	27,7	100,0
Total	772	95,1	100,0	
Perdidos Sistema	40	4,9		
Total	812	100,0		

De nuevo, son los sectores de transporte y comunicaciones, e inmobiliario donde se aprecia esta conducta como más frecuente; por lo contrario, se percibe que ocurre raramente en el sector de la hostelería. También existe la percepción de que esta actuación es significativamente más frecuente cuando la empresa tiene como clientes la “individuos y empresas” y “otras empresas y organizaciones” que cuándo se dirige sólo a los consumidores finales.

Las empresas de menos de 50 empleados tienen la percepción de que esta actuación es significativamente más frecuente que las empresas de 50 o más trabajadores. Por su parte, cuando la empresa evalúa la situación de su mercado como “estable” esta actuación es percibida significativamente como menos frecuente que en los restantes casos.

La creencia de los entrevistados sobre la frecuencia con la que se fijan precios por debajo del coste se correlaciona con la frecuencia con la que acontece la mayor parte de las otras conductas restrictivas de la competencia y, de manera especial, con la frecuencia de actuación de empresas ilegales/no autorizadas.

6.3.1.3. Frecuencia con que ocurren acuerdos de fijación de precios entre empresas

Esta cuestión es muy importante ya que los acuerdos de fijación de precios son uno de los ilícitos más graves desde la perspectiva de la defensa de la competencia.

De las empresas que respondieron a esta cuestión (778), el 9,6% (75) señala que tales acuerdos ocurren con mucha o bastante frecuencia. De este conjunto, 27 empresas dicen que los acuerdos de fijación de precios ocurren con mucha frecuencia.

Tabla 10. Frecuencia con que ocurren acuerdos de fijación de precios entre empresas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocorre con mucha frecuencia	27	3,3	3,5	3,5
Ocorre con frecuencia	48	5,9	6,2	9,6
Ocorre raramente	166	20,4	21,3	31,0
No ocorre nunca	537	66,1	69,0	100,0
Total	778	95,8	100,0	
Perdidos Sistema	34	4,2		
Total	812	100,0		

Aunque la evaluación en este ítem indica que esta conducta es muy infrecuente, se encuentra una diferencia significativa entre el sector del transporte y comunicaciones y el resto, siendo en el primero algo menos infrecuente.

La creencia de los entrevistados sobre la frecuencia con que ocurren acuerdos de fijación de precios entre empresas muestra una fuerte correlación ($p < .001$) con la frecuencia con que se dan otras conductas restrictivas de la competencia; en otras palabras, cuando un empresario considera que existen acuerdos de precios también tiende a creer que existen acuerdos para repartirse el mercado ($r = .635$), acuerdos para repartirse las fuentes de aprovisionamiento (.444), acuerdos para limitar el progreso técnico (.452), y acuerdos o recomendaciones que limitan la libertad de las empresas para hacer descuentos (.389).

6.3.1.4. Frecuencia con que ocurren acuerdos entre empresas competidoras para repartirse el mercado

De las empresas que respondieron la esta cuestión (787), el 8,0% (63) señala que tales acuerdos ocurren con mucha o bastante frecuencia. De este conjunto 18 empresas dicen que los acuerdos entre empresas competidoras para repartirse el mercado se dan con mucha frecuencia.

Tabla 11. Frecuencia con que ocurren acuerdos entre empresas competidoras para repartirse el mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocorre con mucha frecuencia	18	2,2	2,3	2,3
Ocorre con frecuencia	45	5,5	5,7	8,0
Ocorre raramente	134	16,5	17,0	25,0
No ocorre nunca	590	72,7	75,0	100,0
Total	787	96,9	100,0	
Perdidos Sistema	25	3,1		
Total	812	100,0		

También en este ítem apenas existen diferencias entre las medias de las empresas de diferentes sectores, siendo en todos los casos la percepción de que tal conducta ocurre muy raramente.

En esta variable el comentario sobre correlación con otras variables es semejante al recogido sobre los acuerdos para fijar el precio entre empresas competidoras.

6.3.1.5. Frecuencia con que ocurren acuerdos entre empresas para repartirse las fuentes de aprovisionamiento

De las empresas que respondieron a esta cuestión (765), el 6,0% (46) señala que tales acuerdos ocurren con mucha o bastante frecuencia. De este conjunto solo 14 empresas dicen que este tipo de acuerdos sucede con mucha frecuencia.

También en este ítem apenas existen diferencias entre las medias de las empresas según tamaño y sector. Tampoco son significativas las diferencias según la provincia donde están localizadas.

Tabla 12. Frecuencia con que ocurren acuerdos entre empresas para repartirse las fuentes de aprovisionamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocorre con mucha frecuencia	14	1,7	1,8	1,8
Ocorre con frecuencia	32	3,9	4,2	6,0
Ocorre raramente	138	17,0	18,0	24,1
No ocorre nunca	581	71,6	75,9	100,0
Total	765	94,2	100,0	
Perdidos Sistema	47	5,8		
Total	812	100,0		

En esta variable, de nuevo, el comentario sobre correlación con otras variables es semejante al recogido sobre los acuerdos para fijar el precio entre empresas competidoras. En este caso, adicionalmente, se encuentra una fuerte correlación con la frecuencia de que se produzcan negativas injustificadas a satisfacer las demandas de compra de productos o servicios (.423).

6.3.1.6. Frecuencia con que ocurren acuerdos entre empresas para limitar (o controlar) el desenvolvimiento técnico

De las empresas que respondieron a esta cuestión (768), el 5,2% (40) señala que tales acuerdos ocurren con mucha o bastante frecuencia. De este conjunto solo 9 empresas dicen que este tipo de acuerdos sucede con mucha frecuencia.

Tabla 12. Frecuencia con que ocurren acuerdos entre empresas para limitar (o controlar) el desenvolvimiento técnico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocorre con mucha frecuencia	9	1,1	1,2	1,2
Ocorre con frecuencia	31	3,8	4,0	5,2
Ocorre raramente	126	15,5	16,4	21,6
No ocorre nunca	602	74,1	78,4	100,0
Total	768	94,6	100,0	
Total	44	5,4		

Perdidos Sistema	812	100,0		
Total				

También en este ítem apenas existen diferencias entre las medias de las empresas según tamaño y sector. Tampoco son significativas las diferencias según la provincia donde están localizadas.

Los comentarios sobre correlación con otras variables son, en esta variable, semejantes a los recogidos sobre los acuerdos entre empresas para repartirse las fuentes de aprovisionamiento.

6.3.1.7. Frecuencia con la que los subministradores o distribuidores imponen el precio de venta

La imposición del precio de venta a empresas independientes que suministran productos a una determinada organización o que distribuyen los productos de esa organización es una conducta ilícita, que limita la autonomía de esas empresas.

De las empresas que respondieron la esta cuestión (777), el 25,2% (196) señala que la fijación de los precios ocurre con mucha o bastante frecuencia; de este conjunto, 69 empresas consideran que esta conducta se da con mucha frecuencia.

Tabla 13. Frecuencia con la que los subministradores o distribuidores imponen el precio de venta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocurre con mucha frecuencia	69	8,5	8,9	8,9
Ocurre con frecuencia	127	15,6	16,3	25,2
Ocurre raramente	163	20,1	21,0	46,2
No ocurre nunca	418	51,5	53,8	100,0
Total	777	95,7	100,0	
Perdidos Sistema	35	4,3		
Total	812	100,0		

En este ítem se aprecian diferencias significativas entre los promedios de algunos sectores. La imposición del precio de venta por distribuidores o suministradores es más frecuente en el sector “transporte y comunicaciones” y menos frecuente en el sector “hostelería”.

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que los suministradores o distribuidores imponen el precio de venta es con la frecuencia con que una empresa dominante fija precios con el objetivo de expulsar del mercado sus rivales ($r = .416$), la frecuencia de acuerdos para distribuir determinados productos por un solo canal de distribución (.387) y la frecuencia con la que las empresas fabricante fijan el precio de venta de los productos a los distribuidores (.379).

6.3.1.8. Frecuencia con la que una empresa dominante fija los precios con el objetivo de expulsar del mercado a sus rivales

De las empresas que respondieron la esta cuestión (777), el 19,2% (149) señala que eso ocurre con mucha o bastante frecuencia; de este conjunto 40 empresas dicen que tal fijación de los precios sucede con mucha frecuencia.

Tabla 14. Frecuencia con la que una empresa dominante fija los precios con el objetivo de expulsar del mercado a sus rivales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocurre con mucha frecuencia	40	4,9	5,1	5,1
Ocurre con frecuencia	109	13,4	14,0	19,2
Ocurre raramente	177	21,8	22,8	42,0
No ocurre nunca	451	55,5	58,0	100,0
Total	777	95,7	100,0	
Perdidos Sistema	35	4,3		
Total	812	100,0		

También en este ítem se aprecian diferencias significativas entre los promedios de algunos sectores. La fijación de los precios por una empresa dominante con el objetivo de expulsar del mercado a sus rivales es más frecuente en el sector “transporte y comunicaciones” y menos frecuente en el sector “hostelería”.

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que una empresa dominante fija precios con el objetivo de expulsar del mercado a sus rivales es con la frecuencia de con la que se fijan precios abusivos para los consumidores como consecuencia de la existencia de una posición de dominio en el mercado ($r = .509$), la frecuencia con que se imponen los precios de venta por los suministradores o distribuidores (.416), y la frecuencia con la que las empresas aplican en los contratos condiciones desiguales para prestaciones equivalentes (.388).

6.3.1.9. Frecuencia con la que una empresa dominante fija precios abusivos para los consumidores

De las empresas que respondieron la esta cuestión (781), el 10,8% (84) señala que eso ocurre con mucha o bastante frecuencia; de este conjunto, 28 empresas consideran que esta conducta sucede con mucha frecuencia.

Tabla 15. Frecuencia con la que una empresa dominante fija precios abusivos para los consumidores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocurre con mucha frecuencia	28	3,4	3,6	3,6
Ocurre con frecuencia	56	6,9	7,2	10,8
Ocurre raramente	146	18,0	18,7	29,4
No ocurre nunca	551	67,9	70,6	100,0
Total	781	96,2	100,0	
Perdidos Sistema	31	3,8		
Total	812	100,0		

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que una empresa dominante fija precios abusivos para los consumidores es con la frecuencia con la que una empresa dominante fija precios abusivos para eliminar del mercado a sus rivales ($r = .509$). También se da una correlación fuerte de la variable examinada con la frecuencia con que existe una negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra de productos o servicios (.483) y la frecuencia con la que existen acuerdos o recomendaciones que limitan la libertad de las empresas para hacer descuentos (.476).

6.3.1.10. Frecuencia con la que se producen negativas injustificadas a satisfacer la demanda de compra de productos o servicios

De las empresas que respondieron a esta cuestión (737), el 6,0% (44) señala que estas prácticas ocurren con mucha o bastante frecuencia; de este conjunto, 10 empresas dicen que con mucha frecuencia.

También en este ítem se aprecian diferencias significativas entre los promedios de algunos sectores. La negativa injustificada a satisfacer la demanda de compra de productos o servicios es más frecuente en el sector “transporte y comunicaciones” y menos frecuente en el sector “hostelería”. También existe la percepción de que esta actuación es significativamente más frecuente cuando la empresa tiene como clientes a “individuos y empresas” y a “otras organizaciones y empresas” que cuándo se dirige sólo a los consumidores individuales.

Tabla 17. Frecuencia con la que se producen negativas injustificadas a satisfacer la demanda de compra de productos o servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocurre con mucha frecuencia	10	1,2	1,4	1,4
Ocurre con frecuencia	34	4,2	4,6	6,0
Ocurre raramente	151	18,6	20,5	26,5
No ocurre nunca	542	66,7	73,5	100,0
Total	737	90,8	100,0	

Perdidos Sistema	812	100,0		
Total				

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que se producen negativas injustificadas a satisfacer la demanda de compra de productos o servicios es con la frecuencia con la que se fijan precios abusivos para los consumidores como consecuencia de una posición de dominio en el mercado ($r = .483$). También se muestra una correlación fuerte de la variable examinada con la frecuencia de acuerdos para repartirse las fuentes de suministro (.423) y la frecuencia con la que existen acuerdos o recomendaciones para limitar el desarrollo técnico (.418).

6.3.1.11. Frecuencia con la que se aplican a algunas empresas condiciones desiguales en los contratos para prestaciones equivalentes por parte de los subministradores

De las empresas que respondieron a esta cuestión (749), el 25,6% (192) señala que eso ocurre con mucha o bastante frecuencia; de este conjunto 48 empresas dicen que con mucha frecuencia.

En esta cuestión no se aprecian diferencias notables entre las medias de los sectores.

Tabla 18. Frecuencia con la que se aplican a algunas empresas condiciones desiguales en los contratos para prestaciones equivalentes por parte de los subministradores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocorre con mucha frecuencia	48	5,9	6,4	6,4
Ocorre con frecuencia	144	17,7	19,2	25,6
Ocorre raramente	204	25,1	27,2	52,9
No ocorre nunca	353	43,5	47,1	100,0
Total	749	92,2	100,0	
Perdidos Sistema	63	7,8		
	812	100,0		

Total				
-------	--	--	--	--

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que se aplican a algunas empresas condiciones desiguales en los contratos para prestaciones equivalentes por parte de los suministradores es con la frecuencia con que la celebración de contratos se subordina a la aceptación de prestaciones complementarias ($r = .486$). También resulta relevante la fuerte correlación de la variable examinada con la frecuencia con que una empresa dominante fija los precios con el objetivo de expulsar del mercado a sus rivales (.388)

6.3.1.12. Frecuencia con la que la celebración de contratos se subordina a la aceptación de prestaciones complementarias que no están relacionadas con el objeto del contrato

De las empresas que respondieron a esta cuestión (725), el 10,9% (79) señala que, con mucha o bastante frecuencia, los contratos tienen términos confusos. De este conjunto, 12 empresas dicen que eso sucede con mucha frecuencia.

También en este ítem se aprecian diferencias significativas entre las medias de algunos sectores. La celebración de contratos se subordinan a la aceptación de prestaciones complementarias que no están relacionadas con el objeto del contrato y más frecuente en el sector “transporte y comunicaciones” que en los restantes sectores.

Tabla 19. Frecuencia con la que la celebración de contratos se subordine a la aceptación de prestaciones complementarias que no están relacionadas con el objeto del contrato

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocurre con mucha frecuencia	12	1,5	1,7	1,7
Ocurre con frecuencia	67	8,3	9,2	10,9
Ocurre raramente	199	24,5	27,4	38,8
	447	55,0	61,7	100,0

No ocorre nunca	725	89,3	100,0	
Total	87	10,7		
Perdidos Sistema	812	100,0		
Total				

Asimismo existe la percepción de que esta actuación es significativamente más frecuente cuando la empresa tiene como clientes a “individuos y empresas” que cuándo se dirige sólo a los consumidores individuales.

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con que la celebración de contratos se subordina a la aceptación de prestaciones complementarias es con la frecuencia con la que se aplican a algunas empresas condiciones desiguales en los contratos para prestaciones equivalentes por parte de los suministradores ($r = .486$). También resulta relevante la fuerte correlación de la variable examinada con la frecuencia con que una empresa dominante fija precios abusivos para los consumidores (.406).

6.3.1.13. Frecuencia con la que las asociaciones de empresas del sector recomiendan incrementar el precio

De las empresas que respondieron a esta cuestión (783), el 13,2% (103) señala que eso ocurre con mucha o bastante frecuencia; siendo 33 las empresas que dicen que con mucha frecuencia.

Tabla 20. Frecuencia con la que las asociaciones de empresas del sector recomiendan incrementar el precio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocorre con mucha frecuencia	33	4,1	4,2	4,2
Ocorre con frecuencia	70	8,6	8,9	13,2
Ocorre raramente	137	16,9	17,5	30,7
No ocorre nunca	543	66,9	69,3	100,0
Total	783	96,4	100,0	
Perdidos Sistema	29	3,6		
Total	812	100,0		

Total				
-------	--	--	--	--

También en este ítem se aprecian diferencias significativas entre los promedios de algunos sectores. Las asociaciones de empresas del sector “transporte y comunicaciones” recomiendan incrementar el precio con más frecuencia a los restantes sectores.

También existe la percepción de que esta actuación es significativamente más frecuente cuando la empresa tiene como clientes la “individuos y empresas” y la “otras organizaciones y empresas” que cuándo se dirige sólo a los consumidores individuales.

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que las asociaciones de empresas del sector recomiendan incrementar el precio es con la frecuencia de acuerdos o recomendaciones que limitan la libertad de las empresas para hacer descuentos ($r = .395$). También resulta relevante la fuerte correlación de la variable examinada con la frecuencia con la que se producen negativas injustificadas a satisfacer las demandas de compra de los productos (.386).

6.3.1.14. Frecuencia con la que se producen acuerdos o recomendaciones que limitan la libertad de las empresas para hacer descuentos

De las empresas que respondieron a esta cuestión (787), el 7,8% (61) señala que tales limitaciones ocurren con mucha o bastante frecuencia; siendo 11 las empresas que dicen que con mucha frecuencia.

Tabla 21. Frecuencia con la que se producen acuerdos o recomendaciones que limitan la libertad de las empresas para hacer descuentos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocurre con mucha frecuencia	11	1,4	1,4	1,4
	50	6,2	6,4	7,8

Ocorre con frecuencia	123	15,1	15,6	23,4
Ocorre raramente	603	74,3	76,6	100,0
No ocorre nunca	787	96,9	100,0	
Total	25	3,1		
Perdidos Sistema	812	100,0		
Total				

En este ítem no se aprecian diferencias significativas entre los promedios de los sectores considerados.

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que producen acuerdos o recomendaciones que limitan la libertad de las empresas para hacer descuentos es con la frecuencia de fijación de precios abusivos para los consumidores como consecuencia de la existencia de una posición de dominio en el mercado ($r = .476$). También resulta relevante la fuerte correlación de la variable examinada con la frecuencia de acuerdos para repartirse el mercado o los clientes (.457) y con la frecuencia con la que existen acuerdos para distribuir determinados productos por uno solo canal de distribución (.436).

6.3.1.15. Frecuencia con la que las empresas fabricantes le fijan un precio de venta a los distribuidores

De las empresas que respondieron a esta cuestión (712), el 32,0% (228) señala que eso ocurre con mucha o bastante frecuencia; de este conjunto 98 empresas dicen que con mucha frecuencia ocurren este tipo de práctica.

Tabla 22. Frecuencia con la que las empresas fabricantes le fijan un precio de venta a los distribuidores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocorre con mucha frecuencia	98	12,1	13,8	13,8
Ocorre con frecuencia	130	16,0	18,3	32,0
Ocorre raramente	109	13,4	15,3	47,3
	375	46,2	52,7	100,0

No ocorre nunca	712	87,7	100,0	
Total	100	12,3		
Perdidos Sistema	812	100,0		
Total				

También en este ítem se aprecian diferencias significativas entre los promedios de algunos sectores. Las empresas fijan el precio de venta a los distribuidores con más frecuencia en los sectores “construcción” y “transporte y comunicaciones” que en los restantes sectores.

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que las empresas fabricantes le fijan un precio de venta a los distribuidores es con la frecuencia con la que existen acuerdos para distribuir determinados productos por uno solo canal de distribución ($r = .395$) y con la frecuencia con que se establecen cláusulas en los contratos para limitar la competencia de sus productos (.341).

6.3.1.16. Frecuencia con la que en los contratos se establecen, cláusulas que tienen por finalidad inducir a los clientes del subministrador de que no compre productos que compitan con los suyos (del suministrador)

De las empresas que respondieron a esta cuestión (756), el 7,3% (55) señala que tal competencia se da con mucha o bastante frecuencia; siendo 13 las empresas que dicen que con mucha frecuencia.

En este ítem no se aprecian diferencias significativas entre los promedios de los sectores considerados.

Tabla 23. Frecuencia con la que se establecen en los contratos cláusulas que tienen por finalidad inducir a los clientes del suministrador de que no compre productos que compitan con los suyos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocorre con mucha	13	1,6	1,7	1,7

frecuencia	42	5,2	5,6	7,3
Ocorre con frecuencia	103	12,7	13,6	20,9
Ocorre raramente	598	73,6	79,1	100,0
No ocorre nunca	756	93,1	100,0	
Total	56	6,9		
Perdidos Sistema	812	100,0		
Total				

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia del establecimiento en los contratos de cláusulas que tienen por finalidad inducir a los clientes del suministrador de que no compren productos que compitan con los suyos es la frecuencia con la que existen acuerdos para distribuir determinados productos por uno solo canal de distribución ($r = .504$) y con la frecuencia con que existen acuerdos o recomendaciones que limitan la libertad de las empresas para hacer descuentos (.414).

6.3.1.17. Frecuencia con la que existen acuerdos para distribuir los productos por un solo canal

De las empresas que respondieron a esta cuestión (729), el 12,5% (91) señala que eso ocurre con mucha o bastante frecuencia; de este conjunto 24 empresas dicen que con mucha frecuencia.

Tabla 24. Frecuencia con la que existen acuerdos para distribuir los productos por un solo canal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocorre con mucha frecuencia	24	3,0	3,3	3,3
Ocorre con frecuencia	67	8,3	9,2	12,5
Ocorre raramente	125	15,4	17,1	29,6
No Ocorre nunca	513	63,2	70,4	100,0
Total	729	89,8	100,0	
Perdidos Sistema	83	10,2		
Total	812	100,0		

En este ítem no se aprecian diferencias significativas entre los promedios de los sectores considerados.

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que existen acuerdos para distribuir los productos por uno solo canal es con la frecuencia de establecimiento en los contratos de cláusulas que tienen por finalidad inducir a los clientes del suministrador de que no compren productos que compitan con los suyos ($r = .504$) y con la frecuencia con que existen acuerdos o recomendaciones que limitan la libertad de las empresas para hacer descuentos (.436).

6.3.1.18. Frecuencia con la que existen acuerdos entre empresas para participar fraudulentamente en una subasta o licitación pública

De las empresas que respondieron a esta cuestión (722), el 7,8% (56) señala que eso ocurre con mucha o bastante frecuencia; de este conjunto 23 empresas dicen que estos acuerdos ocurren con mucha frecuencia.

Tabla 25. Frecuencia con la que existen acuerdos entre empresas para participar fraudulentamente en una subasta o licitación pública

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocurre con mucha frecuencia	23	2,8	3,2	3,2
Ocurre con frecuencia	33	4,1	4,6	7,8
Ocurre raramente	94	11,6	13,0	20,8
No Ocurre nunca	572	70,4	79,2	100,0
Total	722	88,9	100,0	
Perdidos Sistema	90	111,1		
Total	812	100,0		

En este ítem no se aprecian diferencias significativas entre los promedios de los sectores considerados.

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que existen acuerdos entre empresas para participar fraudulentamente en una subasta o licitación pública es con la frecuencia con la que se fijan precios abusivos para los consumidores como consecuencia de una posición de dominio en el mercado ($r = .386$) y con la frecuencia con que la Administración Pública establece condición que limitan injustificadamente la participación de algunas empresas en los concursos públicos (.366).

6.3.1.19. Frecuencia con la que la Administración Pública establece condiciones que limitan injustificadamente la participación de algunas empresas en los concursos públicos

De las empresas que respondieron a esta cuestión (710), el 20,4 (145) señala que eso Ocorre con mucha o bastante frecuencia; de este conjunto 23 empresas dicen que con mucha frecuencia Ocurren este tipo de conducta.

Tabla 26. Frecuencia con la que la Administración Pública establece condiciones que limitan injustificadamente la participación de algunas empresas en los concursos públicos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocorre con mucha frecuencia	62	7,6	8,7	8,7
Ocorre con frecuencia	83	10,2	11,7	20,4
Ocorre raramente	132	16,3	18,6	39,0
No Ocorre nunca	433	53,3	61,0	100,0
Total	710	87,4	100,0	
Perdidos Sistema	102	12,6		
Total	812	100,0		

En este ítem se aprecian diferencias significativas entre los promedios de algunos sectores. Las empresas de los sectores “construcción”, “transporte y comunicaciones” e inmobiliario perciben con más frecuencia que las de los restantes sectores que la Administración Pública establece condiciones que limitan injustificadamente la participación de algunas empresas en los concursos públicos.

También existe la percepción de que esta actuación es significativamente más frecuente cuando la empresa tiene como clientes a “individuos y empresas” y a “otras organizaciones y empresas” que cuándo se dirige sólo a los consumidores individuales.

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que la Administración Pública establece condiciones que limitan injustificadamente la participación de algunas empresas en los concursos públicos es con la frecuencia con la que se conceden ayudas o subvenciones públicas que favorecen a unas empresas frente a otras competidoras ($r = .484$) y con la frecuencia con la que existen acuerdos entre empresas para participar fraudulentamente en una licitación pública (.366).

6.3.1.20. Frecuencia con la que se conceden ayudas o subvenciones públicas que favorecen a unas empresas frente a otras competidoras

De las empresas que respondieron a esta cuestión (723), el 34,6 (250) señala que eso Ocorre con mucha o bastante frecuencia; de este conjunto 89 empresas dicen que la concentración de tales ayudas Ocorre con mucha frecuencia.

Tabla 27. Frecuencia con la que se conceden ayudas o subvenciones públicas que favorecen a unas empresas frente a otras competidoras

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida	Porcentaje acumulada
Ocorre con mucha frecuencia	89	11,0	12,3	12,3
	161	19,8	22,3	34,6

Ocorre con frecuencia	158	19,5	21,9	56,4
Ocorre raramente	315	38,8	43,6	100,0
No Ocorre nunca	723	89,0	100,0	
Total	89	11,0		
Perdidos Sistema	812	100,0		
Total				

En este ítem no se aprecian diferencias significativas entre los promedios de los sectores considerados. Sin embargo, existen diferencias según el tamaño de la empresa, de modo que las empresas de menos de 50 empleados tienen la percepción de que esta actuación es significativamente más frecuente que las empresas de 50 o más trabajadores.

Asimismo existe la percepción de que esta actuación es significativamente más frecuente cuando la empresa evalúa la situación de su mercado como en descenso.

La variable con la que se correlaciona más fuertemente la frecuencia con la que se conceden ayudas o subvenciones públicas que favorecen a unas empresas frente a otras competidoras es la frecuencia con la que la Administración Pública establece condición que limitan injustificadamente la participación de algunas empresas en los concursos públicos ($r = .484$)

6.3.2. Grado en el que las conductas anteriores dificultan la existencia de una competencia justa en el mercado

Las empresas que respondieron a esta cuestión (804), piensan en general, que las conductas anteriores dificultan la existencia de una competencia justa entre “bastante” y “poco”, ya que el promedio consigue el valor 2,35 (siendo 2=bastante y 3=poco). En términos porcentuales, el 54,1% (435) señala que las conductas consideradas dificultan mucho o bastante la existencia de una competencia justa en el

mercado, mientras que el 45,9% restante (369) opina que tales conductas dificultan poco o nada la competencia.

Tabla 28. Grado en el que las conductas anteriores dificultan la existencia de una competencia justa en el mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válida
Dificulta mucho	183	22,5	22,8
Dificulta bastante	252	31,0	31,3
Dificulta poco	268	33,0	33,3
No dificulta nada	101	12,4	12,6
Total	804	99,0	100,0
Perdidos Sistema	8	1,0	
Total	812	100,0	

Las valoraciones sobre el grado en el que las conductas anteriores dificultan la existencia de una competencia justa en el mercado no varían significativamente segundo el sector de actividad, provincia de localización antigüedad, situación del sector y tamaño de las empresas. Sin embargo, varían segundo el tipo de cliente: cuando el cliente son consumidores individuales, los responsables empresariales valoran que las conductas consideradas dificultan menos la existencia de una competencia justa que cuando la empresa se dirige a consumidores y empresas.

6.3.3. Grado en el que las conductas anteriores dificultan la entrada en el mercado de otros competidores potenciales

Por su parte, respecto de esta cuestión, los entrevistados (784), en general, piensan de una manera parecida a la anterior: las conductas identificadas dificultan la entrada en el mercado de otros competidores potenciales entre “bastante” y “poco”, con una media en este caso de 2,49 (2=bastante y 3=poco). En términos porcentuales, el 49,7% (390) señala que las conductas consideradas dificultan mucho o bastante la

entrada de jóvenes empresas en el mercado, mientras que el 50,3% restante (394) opina que tales conductas la dificultan poco o nada.

Tabla 29. Grado en el que las conductas anteriores limitan la entrada en el mercado de otros competidores potenciales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válida
Dificulta mucho	165	20,3	21,0
Dificulta bastante	225	27,7	28,7
Dificulta poco	235	28,9	30,0
No dificulta nada	159	19,6	20,3
Total	784	96,6	100,0
Perdidos Sistema	28	3,4	
Total	812	100,0	

Las valoraciones sobre el grado en el que las conductas anteriores limitan la entrada en el mercado de otros competidores potenciales no varían significativamente por provincia de localización, antigüedad, situación del sector y tamaño de las empresas, aunque sí lo hacen según el sector de actividad. Las diferencias significativas de medias se dan entre los sectores de la hostelería y del transporte y comunicación. Mientras que la puntuación del segundo indica una creencia fuerte sobre que algunas de las conductas anteriores dificultan bastante la competencia, la creencia del primero es significativamente menor.

También existen diferencias significativas según el tipo de cliente: cuando el cliente son consumidores individuales, las conductas consideradas se valora que dificultan menos la entrada de jóvenes empresas en el mercado que cuando la empresa se dirige a consumidores y empresas.

6.3.4. Valoración general de la frecuencia de las conductas restrictivas de la competencia

Esta cuestión permitía una valoración entre 1 y 10. Consideramos que el sentido más positivo de la misma viene dado por las puntuaciones 1-2-3, que recogen la idea de que en el sector no hay conductas que limitan la competencia. Estas puntuaciones fueron dadas por el 28,3% de los que respondieron a la misma (118 empresas).

Por lo contrario, el polo negativo de la escala viene dado por las puntuaciones 8-9-10. Estas puntuaciones fueron indicadas por el 38,8% de los que respondieron a la pregunta (312 empresas).

Tabla 30. Valoración general de la frecuencia de las conductas restrictivas de la competencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida acumulada
Válidas 1	41	5,0	5,1
2	27	3,3	8,5
3	50	6,2	14,7
4	62	7,6	22,4
5	142	17,5	40,0
6	75	9,2	49,4
7	95	11,7	61,2
8	122	15,0	76,4
9	66	8,1	84,6
10	124	15,3	100,0
Total	804	99,0	
Perdidos Sistema	8	1,0	
Total	812	100,0	

La media aritmética consigue un valor de 4,52 con una desviación típica de 2,57. Entonces, la valoración general de los empresarios gallegos es que existen conductas que limitan la competencia pero su frecuencia no es muy elevada. Esta valoración general no varía significativamente según provincia de localización, antigüedad, tipo de cliente, situación del sector y tamaño de las empresas.

Las diferencias significativas de medias se dan entre los sectores manufactureros y del “transporte y comunicación”. Mientras que la puntuación del segundo indica una creencia fuerte en la frecuencia de algunas de las conductas restrictivas anteriores, la creencia del primero y que no lo son.

6.3.5. Valoración general de la existencia de barreras a la entrada de nuevas empresas en los mercados

Esta cuestión permitía una valoración entre 1 y 10. Se considera que el sentido más positivo de la misma viene dado por las puntuaciones 8-9-10, que recogen la idea de que el sector está libre de barreras a la entrada. Estas puntuaciones fueron dadas por el 14,9% de los que respondieron la misma (118 empresas).

Por lo contrario, el polo negativo de la escala ven dado por las puntuaciones 1-2-3. Estas puntuaciones fueron indicadas por el 39,2% de los que respondieron a la pregunta (310 empresas).

Tabla 31. Valoración general de las barreras a la entrada en el sector

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida acumulada
Válidas 1	117	14,4	14,8
2	110	13,5	28,7
3	83	10,2	39,2
4	60	7,4	46,8
5	170	20,9	68,3
6	78	9,6	78,1
7	55	6,8	85,1
8	54	6,7	91,9
9	23	2,8	94,8
10	41	5,0	100,0
Total	791	97,4	
Perdidos Sistema	21	2,6	
Total	812	100,0	

La media aritmética alcanza un valor de 6,37 con una desviación típica de 2,57. Entonces, la valoración general de los empresarios gallegos es que los sectores económicos están bastante abiertos a la entrada de nuevas empresas, si bien existe una cierta heterogeneidad en la opinión de las personas que respondieron.

La valoración general de la existencia de barreras a la entrada no varía significativamente según la provincia de localización, el tipo de cliente, la situación del sector y el tamaño de las empresas.

Las diferencias significativas de medias se dan entre el sector del “transporte y comunicación” y el resto. Mientras que la puntuación del primero indica una creencia fuerte sobre que el mercado está cerrado, la creencia de los restantes sectores es significativamente más favorable. También la antigüedad de la empresa influye sobre esta valoración general: los responsables de las empresas con menos de 10 años en el mercado piensan que el mercado está más cerrado que los de las empresas con más de 20 años, que lo perciben más abierto.

6.3.5. Evolución de la Ocurrencia de las conductas limitadoras de la competencia en el último año

Por lo que se refiere a la evolución de la Ocurrencia de las conductas limitadoras de la competencia en el último año, la mayor parte de los responsables empresariales que respondieron opina que la frecuencia de las conductas no se modificó en el último año (67,7%). Los que piensan que tales prácticas aumentaron (27,0%) superan en algo más de 20 puntos a los que opinan que disminuyeron (5,0%).

Tabla 26. Evolución de la Ocurrencia de las conductas limitadoras de la competencia en el último año

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
Aumentaron	219	27,0	27,0

Diminuyeron	43	5,3	32,3
Non variaron	550	67,7	100,0
Total	812	100,0	

La valoración general de la evolución de la Ocurrencia de las conductas limitadoras de la competencia en el último año no varía significativamente según el tamaño de las empresas ni el sector. Únicamente varía con la antigüedad de la empresa, de forma que existe un incremento percibido respecto del nivel esperado en las empresas de menos de 10 años de antigüedad, mientras que el resultado contrario se encuentra en las empresas con más de 20 años en el mercado.

6.3.6. Cuestiones sobre el grado de acuerdo, o desacuerdo, de los entrevistados con un conjunto de proposiciones relativas a la competencia

El punto 12 del cuestionario abarca un conjunto de preguntas a las que el entrevistado tenía que indicar su grado de acuerdo/desacuerdo. Estas Cuestiones tienen que ver con el conocimiento de la normativa sobre defensa de la competencia, la regulación existente en el mercado, las sanciones a las empresas que no respetan las normas y el efecto de la competencia en la supervivencia y competitividad de las empresas gallegas

De las 12 proposiciones relativas a valores y percepciones de los entrevistados recogidas en este apartado, las que consiguen un mayor acuerdo (por encima de 3) son solamente dos:

- Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados (3,64).
- Las empresas de mi sector tienen precios semejantes como consecuencia de las condiciones de competencia, no porque existan acuerdos entre ellas (3,30).

Por el contrario, en las que el desacuerdo con proposición es mayor (por debajo de 2,5), son las siguientes:

- Las sanciones a las empresas que infringen la Ley de defensa de la competencia son excesivas (2,04).
- Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de las ayudas públicas concedidas a las empresas rivales (2,22).
- No se deberían prohibir los acuerdos de fijar precios y otras condiciones comerciales entre empresas del mismo sector (2,25).
- La información que necesitan las empresas para cumplir con la legislación de defensa de la competencia es fácil de entender (2,45).
- Si hubiese más competencia en el sector, mi empresa tendría problemas para sobrevivir (2,45).
- Me parece correcto que las empresas que disponen de poder de mercado lo utilicen para lograr sus objetivos (2,45).

La opinión sobre las proposiciones varía, en algunos ítems, según el sector en el que actúa la empresa, y en otros según su tamaño. Por lo contrario, la antigüedad y la localización provincial de las empresas, excepto en un ítem, no afectan las respuestas. El tipo de cliente y la situación del mercado no inciden en ningún ítem.

Las proposiciones en las que existen diferencias entre los sectores de actividad son las siguientes:

- Conozco bastante bien la normativa sobre defensa de la competencia: Las empresas del sector del transporte están significativamente menos de acuerdo con la proposición.
- Las sanciones a las empresas que infringen la Ley de defensa de la competencia son excesivas: Las empresas del sector del transporte están significativamente más de acuerdo con la proposición.
- Las empresas de mi sector tienen precios semejantes como consecuencia de las condiciones de competencia, no porque

existan acordos entre elas: Las empresas del sector del transporte están significativamente menos de acuerdo con la proposición.

– Me parece correcto que las empresas que disponen de poder de mercado lo utilicen para lograr sus objetivos: Las empresas del sector de la hostelería están significativamente más de acuerdo con la proposición.

Por su parte, existen diferencias entre las respuestas de las empresas según su tamaño en las siguientes proposiciones:

– La información que necesitan las empresas para cumplir con la legislación de defensa de la competencia es fácil de entender: Las empresas más pequeñas están significativamente menos de acuerdo con la proposición.

– Un aumento en el grado de competencia en los mercados gallegos mejoraría la competitividad de las empresas gallegas: Las empresas más pequeñas están significativamente menos de acuerdo con la proposición.

– Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados: Las empresas más pequeñas y las más grandes están significativamente más de acuerdo con la proposición que las empresas ubicadas en el intervalo medio.

Tabla 28. Medias y desviaciones típicas correspondientes a las Cuestiones del punto 12 del cuestionario

Ítem (1: totalmente en desacuerdo; 4= totalmente de acuerdo)	Media	Desv. Tip.
1. Conozco bastante bien la normativa sobre defensa de la competencia	2,42	,95
2. La información que necesitan las empresas para cumplir con la legislación de defensa de la competencia es fácil de entender	2,45	,97
3. La regulación existente en su sector permite una competencia justa y libre	2,79	1,03
4. Las sanciones a las empresas que infringen la Ley de defensa de la competencia son excesivas	2,04	1,02
5. Es demasiado fácil para las empresas vulnerar la Ley de		

defensa de la competencia con impunidad	2,87	1,04
6. Un aumento en el grado de competencia en los mercados gallegos mejoraría la competitividad de las empresas gallegas	2,87	1,05
7. No se deberían prohibir los acuerdos de fijar precios y otras condiciones comerciales entre empresas del mismo sector	2,25	1,18
8. Las empresas de mi sector tienen precios semejantes como consecuencia de las condiciones de competencia, no porque existan acuerdos entre ellas	3,30	0,89
9. Si hubiese más competencia en el sector, mi empresa tendría problemas para sobrevivir	2,45	1,15
10. Me parece correcto que las empresas que disponen de poder de mercado lo utilicen para lograr sus objetivos	2,45	1,14
11. Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados	3,64	,64
12. Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de las ayudas públicas concedidas a las empresas rivales	2,22	1,19

En relación al conocimiento de la normativa de defensa de la competencia, aunque este sigue a ser limitado, los datos muestran un fuerte crecimiento de este, ya que el 13% dice tener un buen conocimiento de la misma, cuando en el estudio correspondiente a 2007 este porcentaje sólo conseguía el 3% de los entrevistados.

Existe una idea generalizada de que la regulación en el mercado es suficiente para que exista una competencia justa y libre. Asimismo, la mayor parte de los entrevistados cree que las sanciones a las empresas que infringen la Ley de defensa de la competencia no son excesivas y, por lo tanto, que resultan idóneas. También la mayoría (64,4%) opina que a las empresas les resulta fácil vulnerar la Ley de defensa de la competencia con impunidad. Este dato indica la relevancia de asumir un enfoque proactivo en la búsqueda de las conductas ilícitas en este ámbito. Al señalar que en este ítem las respuestas de las empresas localizadas en Lugo y Ourense son significativamente diferentes de las ubicadas en Pontevedra: estas últimas son las que en mayor medida creen que no es fácil vulnerar las normas de la competencia con impunidad.

En la cuestión relativa a los acuerdos de precios entre empresas competidoras es salientable la existencia de un porcentaje no despreciable (41,9%) de empresarios que no evalúan negativamente tales acuerdos; además este porcentaje se incrementó respecto de los resultados del cordero anterior, en que conseguía el 32,8%. Este resultado pone de manifiesto la importancia de desarrollar un esfuerzo orientado a mudar esta cultura, ya que los acuerdos de precios entre empresas competidoras constituyen una de las conductas restrictivas de la competencia más graves. Si no existe una evaluación negativa sobre la misma, la probabilidad de que los acuerdos se produzcan se incrementa notablemente.

Algo parecido a lo comentado en el punto anterior acontece cuando se considera la utilización por las empresas de su poder de mercado para conseguir sus objetivos, ya que también en este caso un porcentaje no despreciable de empresarios (51,6%) no evalúa negativamente esta conducta. Lo dicho anteriormente es válido en este punto.

El porcentaje de alrededor de un 40% de entrevistados con unos valores y una cultura no favorable a la competencia en los mercados – derivada de las consideraciones de los dos puntos anteriores– se ve reforzada con el dato de que el 31,0% de los entrevistados no relacione el respeto de las normas de defensa de la competencia con el incremento de la competitividad de las empresas. A pesar de la existencia de este grupo, la mayoría de los empresarios consultados (69,0%) manifiesta estar bastante/muy de acuerdo con la proposición de que un aumento en el grado de competencia en los mercados gallegos mejoraría la competitividad de las empresas gallegas.

Evidentemente la valoración negativa sobre la competencia viene, sobre todo, del temor de esos entrevistados a que la rivalidad afecte a la

supervivencia de su empresa. En este sentido, el 49,0% de los entrevistados indica que una mayor rivalidad le podría generar sus más y sus menos importantes. Estos efectos negativos son subrayados por el 25,1% de los entrevistados que respondieron a esta cuestión. Este porcentaje dobla la existente en el año 2007, que era del 12,1%

Un aspecto relevante para los nuevos órganos de defensa de la competencia de Galicia es la relativa al grado de importancia asignada por los empresarios a la existencia de instituciones que defiendan la competencia. Se debe subrayar que el 85,9% de los entrevistados respondieron mostrando su acuerdo con la proposición: “Es importante que existan órganos que defiendan la competencia en los mercados”. Este porcentaje supone una pequeña merma respecto de la cifra conseguida en el año 2007, que fue el 89,8%.

En el que alcanza a las ayudas públicas, la mayoría de los entrevistados que respondieron a esta pregunta no cree que las subvenciones perjudiquen su empresa, si bien existe un 22,4% que indica que su empresa sufre una competencia injusta por causa de tales ayudas.

6.3.7.1. Conocimiento de la normativa sobre defensa de la competencia

Las respuestas de los entrevistados a la primera cuestión indican que el 49,5% tiene un notable desconocimiento de la normativa de defensa de la competencia. Solamente el 13,0% (101 empresas) del total entrevistado dice tener un bueno conocimiento de la misma; mientras que el 26,1% opina que tiene bastante conocimiento.

Tabla 32. Conozco bien la normativa sobre defensa de la competencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
Estoy totalmente en desacuerdo	161	19,8	20,7
Estoy bastante en desacuerdo	224	27,6	28,8

Estoy bastante de acuerdo	291	35,8	37,5
Estoy totalmente de acuerdo	101	12,4	13,0
Total	777	95,7	100,0
Perdidos Sistema	35	4,3	
Total	812	100,0	

Si se atiende a los sectores, en esta cuestión existe una diferencia significativa entre las empresas del sector de “transportes y comunicaciones” y más el resto, dándose en ese sector la puntuación más baja, es decir, el menor conocimiento.

El conocimiento de la normativa sobre defensa de la competencia se correlaciona significativamente con la facilidad de comprensión de la información necesaria para cumplir con la normativa correspondiente ($r = .434$).

6.3.7.2. *Facilidad de las empresas para entender la normativa de defensa de la competencia*

De los entrevistados que respondieron la esta cuestión, el 50,4% indica que la información necesaria para cumplir con la legislación sobre competencia no es fácil de entender, mientras que el 49,5% restante opina que es muy fácil o bastante fácil entenderla.

La facilidad percibida de las empresas para entender la información sobre la normativa sobre defensa de la competencia parece estar afectada en alguna medida por la provincia donde se localiza la empresa, su antigüedad y su tamaño. Así, las localizadas en Ourense indican mayor dificultad que las de las provincias de Lugo y Pontevedra; en la misma línea, las más jóvenes y más pequeñas muestran mayor dificultad que las más viejas y grandes.

Tabla 33. La información que necesitan las empresas para cumplir con la legislación de defensa de la competencia es fácil de entender

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
--	------------	------------	------------

			válida
Estoy totalmente en desacuerdo	123	15,1	19,6
Estoy bastante en desacuerdo	193	23,8	30,8
Estoy bastante de acuerdo	214	26,4	34,2
Estoy totalmente de acuerdo	96	11,8	15,3
Total	626	77,1	100,0
Perdidos Sistema	186	22,9	
Total	812	100,0	

Por su parte, esta variable se correlaciona con el conocimiento de la normativa sobre defensa de la competencia ($r = .434$) y que la proposición “la regulación existente en mi sector permite una competencia justa y libre” (.221).

6.3.7.3. Regulación existente en el mercado para que exista una competencia justa y libre

Las respuestas de los entrevistados indican que el 66,7% cree que existe una regulación suficiente para que la competencia sea justa y libre, mientras que el 33,3% restante opina que no existe bastante regulación para conseguir este objetivo.

Tabla 34. Existe suficiente regulación en el mercado en el que opero para que exista una competencia justa y libre

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
Estoy totalmente en desacuerdo	118	14,5	16,3
Estoy bastante en desacuerdo	124	15,3	17,1
Estoy bastante de acuerdo	276	34,0	38,0
Estoy totalmente de acuerdo	208	25,6	28,7
Total	726	89,4	100,0
Perdidos Sistema	86	10,6	
Total	812	100,0	

La existencia de regulación suficiente en el mercado para que exista una competencia justa y libre se correlaciona positivamente con

las proposiciones “las empresas de mi sector tienen precios semejantes como consecuencia de las condiciones de competencia” ($r = .240$) y “la información que necesitan las empresas para cumplir con la legislación de defensa de la competencia es fácil de entender” ($.221$). Por lo contrario, la correlación de esta variable es negativa y significativa con las proposiciones “mi empresa sufre una competencia injusta por causa de las ayudas públicas concedidas a las empresas rivales” ($-.228$) y “es demasiado fácil para las empresas vulnerar la Ley de defensa de la competencia con impunidad” ($-.219$).

6.3.7.4. Equilibrio de las sanciones por incumplimiento de las normas de defensa de la competencia

Las respuestas de los entrevistados sobre si las sanciones a las empresas que infringen la Ley de defensa de la competencia son excesivas indican que el 69,6% de los mismos no las considera excesivas, mientras que el 30,4% restante piensa que lo son.

Tabla 35. Las sanciones a las empresas que infringen la Ley de defensa de la competencia son excesivas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
Estoy totalmente en desacuerdo	177	21,8	38,1
Estoy bastante en desacuerdo	146	18,0	31,5
Estoy bastante de acuerdo	84	10,3	18,1
Estoy totalmente de acuerdo	57	7,0	12,3
Total	464	57,1	100,0
Perdidos Sistema	348	42,9	
Total	812	100,0	

La evaluación de las sanciones como excesivas diferencia significativamente las empresas del “transporte y comunicación” de las “inmobiliarias”, siendo el grado de acuerdo con la proposición mayor en las primeras que en las segundas.

La percepción de que las sanciones a las empresas que infringen la Ley de defensa de la competencia son excesivas se correlacionan negativamente con la proposición “es demasiado fácil para las empresas vulnerar la Ley de defensa de la competencia con impunidad” (-.195).

6.3.7.5. Facilidad de las empresas para vulnerar con impunidad las normas de defensa de la competencia

Las respuestas de los entrevistados sobre la facilidad que tienen las empresas para no cumplir las normas de defensa de la competencia y no ser sancionadas por ello indican que el 64,4% de los mismos cree que a las empresas les resulta fácil vulnerar la Ley de defensa de la competencia con impunidad, mientras que el 35,6% restante piensa que no es tan fácil salir impune cuando se vulnera la norma.

Tabla 36. Es demasiado fácil para las empresas vulnerar a Ley de defensa de la competencia con impunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
Estoy totalmente en desacuerdo	87	10,7	14,0
Estoy bastante en desacuerdo	122	15,0	19,6
Estoy bastante de acuerdo	194	23,9	31,2
Estoy totalmente de acuerdo	219	27,0	35,2
Total	622	76,6	100,0
Perdidos Sistema	190	23,4	
Total	812	100,0	

La percepción de que resulta “demasiado fácil para las empresas vulnerar la Ley de defensa de la competencia con impunidad” se correlaciona negativamente con la proposición “la regulación existente en mi sector permite una competencia justa y libre” (-.219).

6.3.7.6. Contribución de la competencia a la competitividad de las empresas gallegas

El respeto de las normas de defensa de la competencia tiene como consecuencia, entre otras, el incremento de la competitividad de las empresas, ya que la competencia obliga a que mejoren sus prácticas. A pesar de esta consecuencia positiva verificada por la investigación, el 31,0% de los entrevistados no se muestran de acuerdo con esta relación, especialmente un 15,7% que indica su total desacuerdo con la misma. Frente a esta visión, la mayoría de los empresarios consultados (69,1%) manifiesta estar bastante/muy de acuerdo con la proposición de que un aumento en el grado de competencia en los mercados gallegos mejoraría la competitividad de las empresas gallegas.

Tabla 37. En mi opinión, un aumento en el grado de competencia en los mercados gallegos mejoraría la competitividad de las empresas gallegas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
Estoy totalmente en desacuerdo	121	14,9	15,7
Estoy bastante en desacuerdo	118	14,5	15,3
Estoy bastante de acuerdo	267	32,9	34,6
Estoy totalmente de acuerdo	266	32,8	34,5
Total	772	95,1	100,0
Perdidos Sistema	40	4,9	
Total	812	100,0	

La contribución de la competencia a la competitividad de las empresas gallegas está afectada por el tamaño de la empresa. Así, las más pequeñas están menos de acuerdo con el efecto positivo de la competencia que las más grandes.

La idea de que “un aumento en el grado de competencia en los mercados gallegos mejoraría la competitividad de las empresas gallegas” tiene una correlación positiva significativa con la proposición “es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados” ($r = .155$); por lo contrario, se correlacionan

negativamente con las proposiciones “si hubiera más competencia en el sector mi empresa tendría sus más y sus menos para sobrevivir” (-.155) y “no se deberían prohibir los acuerdos de fijar precios y otras condiciones comerciales entre empresas del mismo sector” (-.100).

6.3.7.7. Valoración de los acuerdos de precios entre competidores

Las respuestas de los entrevistados a la cuestión relativa a los acuerdos de precios entre empresas competidoras –una de las conductas más graves entre las que restringen la competencia– indican que una porcentaje no despreciable de empresarios no la evalúa negativamente, ya que el 41,9% de los entrevistados manifiesta estar muy o bastante de acuerdo con la proposición: “Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse”. El 58,0% restante tiene, por su parte, una valoración negativa de tales acuerdos y rechaza que no se prohíban.

Tabla 38. Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no se deberían prohibir

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
Estoy totalmente en desacuerdo	297	36,6	38,8
Estoy bastante en desacuerdo	147	18,1	19,2
Estoy bastante de acuerdo	151	18,6	19,7
Estoy totalmente de acuerdo.	170	20,9	22,2
Total	765	94,2	100,0
Perdidos Sistema	47	5,8	
Total	812	100,0	

Los entrevistados que creen que los acuerdos de precios entre empresas competidoras no deberían prohibirse también opinan que “si hubiera más competencia en el sector, mi empresa tendría sus más y sus menos para sobrevivir” (r = .107); por lo contrario, se correlacionan negativamente con la proposición “un aumento en el grado de competencia en los mercados gallegos mejoraría la competitividad de las empresas gallegas” (-.100).

6.3.7.8. Valoración de las coincidencias de los precios entre competidores

Las respuestas de los entrevistados a la cuestión relativa a las causas sobre las posibles coincidencias en los precios de los productos de empresas competidoras indican que la mayor parte de los que responden considera que tales semejanzas no están causadas por acuerdos, sino que son consecuencia de la propia dinámica competitiva, ya que el 85,1% de los entrevistados manifiesta estar muy o bastante de acuerdo con la proposición: “Las empresas de mi sector tienen precios semejantes como consecuencia de las condiciones de competencia, no porque existan acuerdos entre ellas”. El 15,0% restante opina, por el contrario, que tales similitudes se deben a la existencia de acuerdos.

Tabla 39. Las empresas de mi sector tienen precios semejantes como consecuencia de las condiciones de competencia, no porque existan acuerdos entre ellas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
Estoy totalmente en desacuerdo	56	6,9	7,2
Estoy bastante en desacuerdo	60	7,4	7,8
Estoy bastante de acuerdo	252	31,0	32,6
Estoy totalmente de acuerdo	406	50,0	52,5
Total	774	95,3	100,0
Perdidos Sistema	38	4,7	
Total	812	100,0	

La percepción sobre este ítem está afectada por el sector en el que actúa la empresa. Las empresas que operan en el sector del “transporte y comunicación” muestran un mayor grado de desacuerdo con la idea recogida en la proposición.

Los entrevistados que creen que las semejanzas en los precios de los productos en su sector son consecuencia de la competencia y no de acuerdos de precios entre empresas competidoras también tienden a ver importante la existencia de órganos de defensa de la competencia ($r =$

.249) y que la regulación existente en su sector permite una competencia justa y libre (.240).

6.3.7.9. Efecto del incremento de la rivalidad en el mercado en la supervivencia de la empresa

Las respuestas de los entrevistados sobre la amenaza que supondría para su empresa un incremento en la rivalidad en su mercado indican que para el 51,0% de los mismos tal aumento no supondría una amenaza; por lo contrario, el 49,0% indica que una mayor rivalidad le podría generar sus más y sus menos importantes. Estos efectos negativos son subrayados por el 25,1% de los entrevistados que respondieron la esta cuestión (66).

Tabla 40. En el caso de que se incrementara la rivalidad en mi sector, mi empresa tendría problemas para sobrevivir

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
Estoy totalmente en desacuerdo	225	27,7	28,7
Estoy bastante en desacuerdo	175	21,6	22,3
Estoy bastante de acuerdo	187	23,0	23,9
Estoy totalmente de acuerdo	197	24,3	25,1
Total	784	96,6	100,0
Perdidos Sistema	28	3,4	
Total	812	100,0	

Cuanto más de acuerdo estén los entrevistados con la afirmación de que en el caso de incrementarse la competencia en su sector tendrían sus más y sus menos para sobrevivir, más en desacuerdo están con la de que un aumento del grado de competencia en los mercados gallegos mejoraría la competitividad de las empresas gallegas ($r = -.182$).

6.3.7.10. Valoración de los abusos de la posición de dominio en el mercado

Las respuestas de los entrevistados a la utilización por las empresas de su poder de mercado para conseguir sus objetivos –una de las conductas más graves entre las que restringen la competencia– indican que una porcentaje no despreciable de empresarios no la evalúa negativamente ya que el 51,6% afirma estar muy o bastante de acuerdo con la proposición: “Me parece bien que las empresas que disponen de poder de mercado lo utilicen para lograr sus objetivos”. El 48,4% restante tiene, por lo contrario, una valoración negativa del recurso a tales conductas abusivas.

Tabla 41. Me parece bien que las empresas que disponen de poder de mercado lo utilicen para lograr sus objetivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
Estoy totalmente en desacuerdo	226	27,8	29,7
Estoy bastante en desacuerdo	142	17,5	18,7
Estoy bastante de acuerdo	214	26,4	28,2
Estoy totalmente de acuerdo	178	21,9	23,4
Total	760	93,6	100,0
Perdidos Sistema	52	6,4	
Total	812	100,0	

La percepción sobre este ítem está afectada por el sector en el que actúa la empresa. En este caso, las empresas que operan en el sector de la “hostelería” muestran un acuerdo significativamente mayor con la proposición que las empresas de la “construcción”.

6.3.7.11. Importancia asignada a la existencia de órganos que defiendan la competencia

El 95,9% de los entrevistados que respondieron a esta cuestión muestran su acuerdo con la proposición: “Es importante que existan órganos que defiendan la competencia en los mercados”. De los que muestran su desacuerdo con la importancia de estos órganos, destaca un 2,5% de los entrevistados (20) que se manifiestan totalmente en

desacuerdo, mientras que un 1,5% adicional dice estar “bastante en desacuerdo”.

La importancia de que existan órganos de defensa de la competencia está influida por el tamaño de la empresa. Así, las empresas con 20–49 trabajadores ven menos importante estos órganos que las empresas más pequeñas (6–19 empleados) y las más grandes (50 o más empleados).

Tabla 42. Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
Estoy totalmente en desacuerdo	20	2,5	2,5
Estoy bastante en desacuerdo	12	1,5	1,5
Estoy bastante de acuerdo	199	24,5	25,0
Estoy totalmente de acuerdo	564	69,5	70,9
Total	795	97,9	100,0
Perdidos Sistema	17	2,1	
Total	812	100,0	

Cuanto mayor es la importancia asignada a la existencia de órganos que defiendan la competencia, más de acuerdo están los entrevistados con el hecho de que en los mercados los precios semejantes sean consecuencia de la competencia y no de acuerdos entre empresas, a la vista de la significativa correlación existente entre ambas variables ($r = .249$), así como del efecto positivo del aumento del grado de competencia en la competitividad de las empresas gallegas (.281). Por lo contrario, la correlación entre la importancia de la existencia de órganos de defensa de la competencia es negativa con la percepción de que las sanciones a las empresas que infringen la normativa son excesivas (-.140).

6.3.7.12. Competencia injusta por ayudas públicas

La mayor parte de los entrevistados (59,8%) que respondieron a esta pregunta no cree que las ayudas públicas perjudiquen su empresa. De los que muestran su acuerdo con el hecho de que las ayudas públicas generen una competencia injusta (40,2%), el 22,4% evalúa como totalmente injusta esta competencia.

Cuanto más de acuerdo están los responsables empresariales de la existencia de una competencia injusta por causa de ayudas públicas, menos de acuerdo están con el hecho de que la regulación existente en su sector permita una competencia justa y libre ($r = -.228$).

Tabla 45. Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de las ayudas públicas concedidas a las empresas rivales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
Estoy totalmente en desacuerdo	289	35,6	39,7
Estoy bastante en desacuerdo	146	18,0	20,1
Estoy bastante de acuerdo	130	16,0	17,9
Estoy totalmente de acuerdo	163	20,1	22,4
Total	728	89,7	100,0
Perdidos Sistema	84	10,3	
Total	812	100,0	

6.3.7.13. Respeto de las normas de defensa de la competencia por las empresas grandes e pequeñas

Las respuestas de los entrevistados a la cuestión relativa al respeto de las normas de la competencia por las pequeñas (menos de 50 trabajadores), medianas (50–250 trabajadores) y grandes (más de 250 trabajadores) empresas manifiestan que el respeto de las mismas es significativamente mayor por las empresas pequeñas, que por las medianas y que por las grandes. Así, mientras que el 65,5% de los que respondieron cree que las empresas grandes no las respetan, esta

porcentaje baja al 34,5% para las empresas medianas y al 24,2% para las pequeñas.

Tabla 46. Respeto de las normas de defensa da competencia según el tamaño de las empresas

	Grandes		Medianas		Pequeñas	
	Frecuencia	Porcentaje válida	Frecuencia	Porcentaje válida	Frecuencia	Porcentaje válida
SI	226	34,5	428	65,5	529	75,8
NO	429	65,5	225	34,5	168	24,2
No C.	157	100,0	159	100,0	115	100,0
Total	812		812		812	

Como se podía esperar, la percepción del cumplimiento de las normas de la competencia por las empresas grandes es mayor del esperado en el caso de las empresas de 50 o más empleados y menor del esperado en las empresas que no alcanzan los 50 trabajadores. Casi lo mismo sucede en relación al respeto de las normas por las empresas medianas, ya que de nuevo las más empresas de 50 o más trabajadores de las esperadas perciben un adecuado cumplimiento de las normas; las que tienen entre 20 y 49 trabajadores se ajustan al esperado, mientras que el número de empresas con menos de 20 trabajadores observado que creen que el cumplimiento de las normas es correcto es significativamente menor al esperado.

6.3.8. Información relativa al conocimiento de los organismos

As Cuestiones relativas a este apartado de la encuesta están influidas en alguna medida por el sector de pertenencia, la antigüedad de la empresa y el tipo de cliente. Las restantes variables descriptoras no afectan al conocimiento de los órganos de defensa de la competencia y al de sus funciones

6.3.8.1. Conocimiento de la existencia del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Administración General del Estado (actual CNC)

El 61,3% de los empresarios consultados conocía la existencia del tribunal estatal encargado de la defensa de la competencia, el TDC (actual CNC). Entonces, a pesar de los años de existencia de este órgano de la Administración General del Estado, algo más de un tercio de los entrevistados no conocía su existencia.

El conocimiento de la existencia del TDCI (actual CNC) se asocia significativamente con la antigüedad de la empresa y con la situación del mercado.

Tabla 47. Conocía la existencia del *Tribunal de Defensa de la Competencia (actual CNC)*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válida
SI	498	61,3	61,6
NO	310	38,2	38,4
No contesta	4	0,5	100,0
Total	812	100,0	

Así, la frecuencia observada es mayor a la frecuencia esperada en el caso de empresas con más de 20 corderos de antigüedad, mientras que es la frecuencia observada es menor que la esperada en los otros casos.

En el relativo a la situación del mercado en el que opera la empresa, las empresas que conocen la existencia del TDC (CNC) tienden a actuar proporcionalmente más en mercados en declive; por lo contrario, las empresas que no conocen la existencia de este organismo se sitúan en proporción mayor a la esperada en mercados que crecen.

6.3.8.2. Conocimiento de la existencia del Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia

Antes del contacto con motivo de la encuesta, el 33,7 (274) de los empresarios consultados conocía que en Galicia existía ya un tribunal con funciones en el ámbito de la competencia a nivel autonómico. A este porcentaje se añade un 17,5% de los entrevistados a los que “le suena algo”. La suma de estos dos porcentajes hace que el TGDC sea reconocido por la mitad de los operadores entrevistados (51,2%).

El conocimiento de la existencia del Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia no varía significativamente según ninguno de los descriptores considerados: sector de actividad, provincia, tamaño de las empresas y otros. Se asocia, como semeja lógico, con el conocimiento del órgano de la Administración General del Estado.

Tabla 48. Conocía la existencia del Tribunal Galego de Defensa de la Competencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
SI	274	33,7	33,7
Un poco, le suena	142	17,5	51,2
No	396	48,8	100,0
Total	812	100,0	

6.3.8.3. Conocimiento de las funciones y tarifas del Tribunal Galego de Defensa de la Competencia

Otro tema de interés era el conocimiento de las funciones y tareas del TGDC por parte de los empresarios gallegos. Puesto que aquellos que no conocían su existencia difícilmente podrían conocer su función, la pregunta relativa a esta materia sólo se fijó a los 416 que indicaron que conocían previamente la existencia del TGDC. De este número, el 51,0% indicó que tenía un conocimiento elevado o regular de las mismas

(212), si bien en este grupo la mayor parte de ellos señalaba un conocimiento regular (198).

Tabla 49. Conocimiento de las funciones y tareas del Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
Elevado	14	3,4	3,4
Regular	198	47,6	51,0
Bajo	200	48,1	99,0
No conoce	4	1,0	100,0
Total	416	100,0	

El grado de conocimiento de las funciones y tareas del Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia no varía significativamente según ninguno de los descriptores considerados: sector de actividad, provincia, tamaño de las empresas y otros, excepto la antigüedad de la empresa. Así, la frecuencia observada del conocimiento es mayor que la esperada sólo en las empresas con más de 20 años de antigüedad.

6.3.8.4. Consulta de la página web del Tribunal Galego de Defensa de la Competencia

En la sociedad actual, la página web es un medio de informar y dar a conocer la existencia y tareas de las organizaciones. A finales del año 2005 fue accesible a la ciudadanía la página web del Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia.

De los 416 entrevistados que indicaron que conocían previamente la existencia del TGDC, solamente el 9,9% (41) visitaron su página web.

Tabla 50. Consulta de la página web del Tribunal Galego de Defensa de la Competencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
SI	41	9,9	9,9

NO	373	89,7	99,5
No recuerda	2	0,5	100,0
Total	416	100,0	

La consulta de la página web del Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia no varía significativamente entre las empresas según los descriptores considerados.

Es interesante señalar que el grado de conocimiento de las funciones y tareas del TGDC se asocia significativamente con la consulta de su página web; por lo tanto, se puede inferir que la página web del Tribunal además de favorecer el conocimiento del mismo y de la problemática de la competencia, también ayuda a mejorar el conocimiento de las función y tareas del organismo.

6.3.8.5. Importancia de la defensa de la competencia en Galicia

Ya por último hace falta informar sobre la importancia asignada a la defensa de la competencia en Galicia por los entrevistados. Esta cuestión fue respondida por 803 de los 812 responsables contactados y un porcentaje muy elevado los entrevistados indican que la consideran “muy importante” (41,4%) o “bastante importante” (49,8%). Solamente 13 responsables empresariales (1,6%) opina que es “nada importante”.

Tabla 51. Importancia de la defensa de la competencia en Galicia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
Muy importante	336	41,4	41,4
Bastante importante	404	49,8	91,1
Poco importante	50	6,2	97,3
Nada importante	13	1,6	98,9
No contesta	9	1,1	100,0
Total	812	100,0	

La valoración sobre la importancia de la defensa de la competencia en Galicia no varía significativamente según el sector de actividad de la empresa, la antigüedad, la situación del mercado o el tamaño de la empresa.

La importancia de la defensa de la competencia en Galicia no se asocia al conocimiento de la existencia de órganos estatales o gallegos de defensa de la competencia, responsables de sancionar a las empresas que incurren en prácticas restrictivas.

La importancia de la defensa de la competencia en Galicia se ve tanto más importante cuanto es mayor (correlación positiva y significativa [$p < .05$] y ordenamiento según la fuerza de la relación) la frecuencia de:

- acuerdos entre empresas para repartirse las fuentes de aprovisionamiento (.171).
- fijación de precios abusivos para los consumidores como consecuencia de la posición de dominio de una empresa (.131).
- establecimiento por la Administración Pública de condiciones que limitan injustificadamente la participación de algunas empresas en los contratos públicos (.127).
- negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra de productos o servicios (.122).
- la actuación de empresas ilegales/no autorizadas (.119).
- imposición del precio de venta por parte de los subministradores o de los distribuidores (.117).
- acuerdos entre empresas competidoras para repartirse el mercado o sus clientes (.103).
- fijación de precios por una empresa dominante con el objetivo de expulsar del mercado a sus rivales (.101).
- acuerdos o recomendaciones que limitan la libertad de las empresas para hacer descuentos (.077).
- acuerdos entre empresas para participar fraudulentamente en una puja o licitación pública (.077).

Por otra parte, en relación a las proposiciones valorativas consideradas en la pregunta 12, la defensa de la competencia en Galicia se ve tanto más importante cuanto más se está de acuerdo (correlación negativa y significativa [$p < .05$] y ordenamiento segundo la fuerza de la relación) con la proposición:

- Un aumento en el grado de competencia en los mercados gallegos mejoraría la competitividad de las empresas gallegas (-.168).
- Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados (-.144).
- Es demasiado fácil para las empresas vulnerar a Ley de defensa de la competencia con impunidad (-.101).

Por lo contrario, la defensa de la competencia en Galicia se ve tanto menos importante cuanto más se está de acuerdo (correlación positiva y significativa [$p < .05$] y ordenamiento segundo la fuerza de la relación) con la proposición:

- Si hubiese más competencia en el sector, mi empresa tendría problemas para sobrevivir (.159).
- No se deberían prohibir los acuerdos de fijar precios y otras condiciones comerciales entre empresas del mismo sector (.107).
- Las sanciones a las empresas que infringen la Ley de defensa de la competencia son excesivas (.103).
- La regulación existente en mi sector permite una competencia justa y libre (.103).

7. CONCLUSIONES SOBRE LA SITUACIÓN DE LA COMPETENCIA

En este apartado se presentan las conclusiones básicas del TGDC sobre la situación de competencia en Galicia.

7.1. Sobre la situación institucional

El examen del esquema institucional de las Comunidades Autónomas en el ámbito de la defensa de la competencia muestra que Galicia destaca por ser la primera que aprobó por Ley la constitución de sus órganos de defensa de la competencia. En efecto, la Ley 6/2004, de 12 de julio, creó el Servicio Gallego de Defensa de la Competencia (SGDC), encargado de la instrucción de los expedientes, y el Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia (TGDC), encargado de la resolución de los expedientes.

Otro aspecto a remarcar de la norma gallega es el hecho de que en el modelo de dos órganos –SGDC y TGDC– implantado, el Tribunal tuviese el estatus de organismo autónomo, con plena independencia en sus actuaciones. También se debe subrayar, frente al esquema institucional de otras Comunidades Autónomas, la opción por un órgano resolutorio en el que sus miembros tuviesen dedicación plena en el desarrollo de sus tareas. Estos rasgos muestran el compromiso inequívoco de nuestra Comunidad con la defensa y promoción de la competencia.

A pesar de lo anterior, la aprobación de la Ley 15/2007, de defensa de la competencia, que modificó el esquema institucional de los órganos de defensa de la competencia de la Administración General del Estado, creando un organismo único independiente de los poderes públicos, la Comisión Nacional de la Competencia, que integra los antiguos SDC y TDC, hace que resulte de interés reflexionar sobre la modificación del modelo gallego para adaptarlo al modelo institucional recogido en la nueva Ley de defensa de la competencia.

Por otra parte, el convencimiento de que el desarrollo de la economía gallega exige una vigilancia de los mercados hacia la búsqueda de una mayor competencia efectiva en ellos, hace necesaria la asunción de una perspectiva proactiva de actuación. Si los órganos de defensa de la competencia asumen que su labor no se debe limitar a resolver las denuncias de los operadores económicos privados y cree que las propias autoridades administrativas deben realizar un esfuerzo de investigación hacia la detección de prácticas anticompetitivas, deben actuar de oficio. Esta actuación es necesaria dado el escaso número de denuncias de terceros en Galicia, que seguramente se mantendrá a medio plazo como consecuencia de la falta de conocimiento de los ciudadanos sobre la normativa de defensa de la competencia, el temor de denunciar, la existencia de valores contrarios a la competencia en grupos significativos de operadores económicos, y la vivencia de la actual crisis económica y financiera.

Tal y como ya se señaló en el Informe del pasado año, la actuación de oficio es, también, esencial para que una innovación importante de la nueva Ley 15/2007, el programa de clemencia, pueda ser eficaz en Galicia. Se debe recordar que, supuesto que los miembros de los cárteles no tienen ningún incentivo moral vinculado al bienestar público para la denuncia de tales acuerdos, esta sólo se producirá si el potencial denunciante cree que existe cierta probabilidad de que el cártel sea identificado y, en ese supuesto, será sancionado con una multa muy cuantiosa. En tal caso, la delación le permitirá evitar la multa correspondiente o, por el menos, lograr una reducción de la misma.

El razonamiento anterior pone de manifiesto que la eficacia de las autoridades administrativas responsables de la persecución y erradicación de los cárteles es uno de los factores con capacidad para incentivar la denuncia de la existencia de los mismos, ya que sólo si un participante en un cártel percibe cierta probabilidad de que la autoridad responsable detecte su existencia y, consecuentemente, lo sancione, habrá denuncia. Si tal probabilidad se percibe nula, los miembros del cártel estarán incentivados a seguir disfrutando de las rentas

extraordinarias que el acuerdo les proporciona y eso aunque las sanciones establecidas en la normativa correspondiente sean muy elevadas. En caso de nula efectividad administrativa, los participantes en el cártel no obtendrán ningún beneficio de incorporarse al programa de clemencia. Por tanto, la capacidad de investigación y sanción de la autoridad de competencia es esencial para que un programa de clemencia resulte eficaz.

Y de nuevo, tal como se recogía en el Informe anterior, aunque construir una reputación de eficacia lleva tiempo, parece claro que no se podrá lograr si los responsables de la lucha contra los acuerdos colusorios no cuentan con suficientes recursos y capacidades.

Por tanto, el desenvolvimiento de actuaciones de oficio y la progresiva creación de una reputación de eficacia exigen de un cuadro de personal do SGDC más amplio. Cos escasos recursos humanos existentes en el Servicio, la capacidad de iniciativa de la Administración es muy limitada.

Ahora bien, la actuación de oficio debe ser cuidadosa y prudente. Para ello, hace falta disponer de información idónea sobre los diversos sectores económicos y su situación competitiva.

Por otra parte, se debe poner énfasis en la importancia de las Administraciones Públicas no sólo respeten escrupulosamente las normas de competencia en sus actuaciones, sino que también respeten los principios de defensa de la competencia en la elaboración normativa. Es decir, las Administraciones Públicas deben examinar, en todos los casos, las consecuencias que pueden tener sus actos y sus iniciativas legislativas sobre la competencia en los mercados estudiando debidamente las alternativas que puedan existir al respeto para escoger aquella que tenga un menor impacto anticompetitivo.

El TGDC desea subrayar la importancia de que las Administraciones Públicas contribuyan a potenciar la competencia

efectiva en los mercados mediante el desarrollo y aprobación de normas que tengan en cuenta de modo explícito los principios de una competencia sana y efectiva. Una reglamentación que no respete los principios de la competencia tiene consecuencias negativas indudables, ya que la protección normativa de las conductas anti-competitivas tiene un único resultado: beneficiar a unos pocos y perjudicar a todos.

Además, el Tribunal cree que hace falta promover el conocimiento de las normas de defensa de la competencia entre los empresarios y los consumidores, así como sensibilizarlos sobre los beneficios de la competencia. Si los valores de los ciudadanos no son favorables a la existencia de mercados abiertos y competitivos, ciertamente existirán más prácticas anticompetitivas “ya que las conductas se incardinan dentro del sistema de valores–, serán menos denunciadas y, consecuentemente, serán más difíciles de erradicar, sobre todo en un contexto de actuación pública limitada.

Las actuaciones a desarrollar recogidas en el párrafo anterior están, en el caso gallego, fundamentadas en los resultados de la encuesta del año 2006 y 2007, que indican que un grupo relativamente numeroso de empresarios desconoce la normativa de defensa de la competencia e, incluso, asume valores contrarios al juego de la libre competencia entre empresas rivales. Este resultado se confirma con los datos del estudio realizado en el año 2008 sobre responsables de establecimientos no comerciales de Galicia.

7.2. Sobre las conductas restrictivas de la competencia

Como ya se ha dicho, el control de las prácticas potencialmente contrarias a la competencia se estructura en dos categorías: control de conductas y control de concentraciones económicas.

En el año 2008 el número de resoluciones emitidas por el TGDC se incrementó sensiblemente sobre el número del año anterior, ya que pasó

de 5 a 15, de estas 3 fueron resueltas al amparo de la Ley 16/1989, de defensa de la competencia, y 12 a partir de la nueva Ley 15/2007. En cualquiera caso, este es un número limitado, consecuencia del escaso nivel de denuncias, de que muchas de estas son archivadas dada la falta de indicios de infracción de las normas de competencia y de la inexistencia de actuaciones de oficio desde la propia Administración. En páginas anteriores ya se argumentó sobre la necesidad de asumir un enfoque proactivo hacia detección y erradicación de las conductas ilícitas.

Por su parte, el estudio realizado con la metodología subjetiva sobre las opiniones de los responsables de los establecimientos no comerciales gallegos, indica que estos perciben como muy poco frecuentes las conductas ilícitas general desde la perspectiva de la competencia. Tampoco creen frecuentes las prácticas restrictivas de la competencia específicas de la relación con sus suministradores. Así, sólo en tres de las conductas recogidas en el cuestionario se encuentra un valor medio por debajo de 3, aunque próximas a este valor:

- Fijación de precios por debajo de los costes (2,66).
- Actuación de empresas ilegales/no autorizadas (2,94).
- Concesión de ayudas o subvenciones públicas que favorecen a unas empresas frente a otras competidoras (2,96).

Estos valores medios indican que los responsables empresariales de los sectores no-comercio que respondieron creen que tales conductas “Ocurren muy raramente” (=3) en mucho mayor grado que “Ocurren con bastante frecuencia” (=2).

El control estructural se ejerce sobre aquellas operaciones destinadas a reforzar el poder de mercado de los competidores a través de las operaciones de adquisición y fusión de empresas. Por causa de esto, no todas las operaciones de concentración tienen que ser notificadas al SDC o, en la actualidad, a la Comisión Nacional de Competencia.

Segundo los datos recogidos del SDC y en la CNC, organismo que desarrolla la primera fase del proceso y que por lo tanto recoge todas las operaciones de esta naturaleza que tienen que ser notificadas, en el año 2008, 21 de las operaciones notificadas tuvieron alguna vinculación con Galicia, si bien en ningún caso la CNC solicitó informe al TGDC.

7.3. Sobre la situación sectorial

La identificación de los sectores con mayores problemas de competencia a partir de la contabilización de los expedientes registrados por la autoridad de la materia proporciona una “fotografía” de la situación de la competencia, aunque sólo de sus elementos visibles.

En el año 2008 el número de casos tramitados por el SGDC fue de 23, según acredita la información remitida por el propio SGDC. Por sectores, su distribución es cómo sigue:

- Academias (1),
- Asesoramiento jurídico (1),
- Auto-escuelas (2),
- Colegios profesionales (3),
- Energía (3),
- Distribución comercial (2),
- Hostelería (1),
- Industria láctea (1),
- Industria del pan (1),
- Pesca (1),
- Seguros (1),
- Siderurgia (1),
- Sindicatos (1),
- Transportes (4).

De ellos solo fueron resueltos por el TGDC los correspondientes a los siguientes sectores:

- Autoescuelas (2),
- Colegios profesionales (3),
- Distribución comercial (3),
- Energía (1),
- Seguros (1),
- Sindicatos (1),
- Transportes (3),
- Venta ambulante (1).

Respeto a los expedientes resueltos año 2007, se produce coincidencia en los sectores de:

- Autoescuelas,
- Distribución comercial,
- Transporte,
- Venta ambulante.

Dadas las limitaciones de la imagen de la situación de la competencia en los sectores a partir del análisis de los expedientes tramitados por las autoridades de competencia es importante recurrir a indicadores que puedan proporcionar una visión más amplia. Uno de los más relevantes es el grado de concentración. En el estudio "Panorama competitivo de Galicia", que efectuó una evaluación pormenorizada del nivel de competencia existente en 44 sectores económicos, a nivel de dos dígitos de la clasificación CNAE, y de 96 subsectores a nivel de tres o cuatro dígitos CNAE, se identificaron cuatro grandes grupos de sectores o mercados en los que existe un nivel de concentración elevado: (i) sectores con predominio de oligopsonios; (ii) mercados regulados; (iii) mercados concentrados sometidos a la competencia global; y (iv) otros mercados concentrados.

Finalmente, a partir de los resultados del análisis de las percepciones subjetivas de los gestores de establecimientos industriales y del sector servicios no comerciales gallegos, el sector que muestra más problemas es el del “transporte, almacenamiento y comunicación”. Las diferencias sectoriales se dan en las siguientes conductas:

- Actuación de empresas ilegales/no autorizadas: Transporte e inmobiliario.
- Fijación de precios por debajo de los costes: Transporte.
- Acuerdos de fijación de precios entre empresas rivales: Transporte.
- Imposición del precio de venta por parte de los suministradores o de los distribuidores: Transporte.
- Fijación de precios por una empresa dominante con el objetivo de expulsar del mercado a sus rivales: Transporte.
- Negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra de productos o servicios: Transporte.
- Recomendaciones de las asociaciones de empresas del sector de incrementar el precio: Transporte.
- Las empresas fabricantes de los productos le fijan un precio de venta a los distribuidores: Construcción y transporte.
- Establecimiento por la Administración Pública de condiciones que limitan injustificadamente la participación de algunas empresas en los contratos públicos: Construcción, transporte e inmobiliario.

8. RECOMENDACIONES DE MEJORA

Del mismo modo que en años anteriores, a continuación se incluyen una serie de recomendaciones del Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia con el objetivo de promover el fortalecimiento de los órganos de defensa de la competencia de nuestra Comunidad Autónoma y favorecer un mayor nivel de competencia efectiva en los mercados gallegos.

8.1. Política económica

En la Unión Europea, así como en España, la política de defensa de la competencia es uno de los pilares fundamentales de la acción del gobierno en el ámbito económico, pues, tal como demuestran numerosos estudios empíricos, sus efectos resultan positivos para conseguir una mayor productividad y competitividad de las empresas y, por tanto, constituye una eficaz herramienta para conseguir un mayor desarrollo económico y social.

En la situación actual de crisis financiera y económica, la existencia de una competencia sana y efectiva resulta especialmente relevante para conseguir el crecimiento económico a medio y largo plazo y, por tanto, sus principios deben ser tenidos en cuenta, aunque sea de un modo flexible, en la determinación y orientación de las ayudas a los sectores más afectados.

8.2. Reforma de la Ley de defensa de la competencia de Galicia

La Ley15/2007, de Defensa de la Competencia, que entró en vigor el 1 de septiembre de 2007, creó a nivel del Estado un nuevo modelo institucional basado en la existencia de una sola autoridad de la concurrencia, al unificar los anteriores Tribunal de Defensa de la Competencia y Servicio de Defensa de la Competencia en la actual

Comisión Nacional de la Competencia (CNC), que realiza funciones tanto resolutorias como instructoras.

Este nuevo modelo institucional, que es también el que siguen la mayoría de las autoridades de competencia a nivel internacional, fue ya implantado en varias Comunidades Autónomas, entre ellas, Madrid, Andalucía y Cataluña. El nuevo modelo otorga mayor independencia y capacidad de actuación a las instituciones encargadas de aplicar las normas de competencia.

Sería oportuno que también desde Galicia, transcurridos ya prácticamente cinco años desde la creación de los órganos actuales de defensa de la competencia gallegos, se considere la posibilidad de modificar el esquema institucional dúplice existente, constituido por el Tribunal, por una parte, con competencias resolutorias, y por el Servicio, por la otra, con responsabilidad sobre la instrucción de los expedientes. Esa reforma podría plasmarse en una nueva Ley de defensa de la competencia de Galicia que homologara a nuestra Comunidad Autónoma con la tendencia que se está siguiendo en el Estado y en las demás Comunidades Autónomas y, al mismo tiempo, dotara de más eficacia a nuestro sistema de defensa de la competencia.

8.3. Dotación de recursos del Servicio Gallego de Defensa de la Competencia

Independientemente de la creación, o no, de un nuevo órgano de defensa de la competencia de Galicia con funciones tanto resolutorias como instructoras, resulta urgente acercar mas medios humanos y materiales al órgano que realiza actualmente la instrucción de los expedientes, el Servicio Gallego de Defensa de la Competencia.

En los últimos años Galicia es la Comunidad Autónoma que encabeza el número de expedientes abiertos e instruidos en toda España, resultado de las denuncias, iniciativas de investigación de oficio

presentadas por el Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia o transferencia de casos desde la CNC. La exigua dotación actual del SGDC resulta completamente insuficiente para atender el volumen de trabajo que sería deseable, no obstante los loables esfuerzos efectuados por las personas asignadas a ese Servicio.

Este Tribunal considera que es urgente incrementar la dotación de personal y medios materiales para el órgano instructor, cuestión que debe resolverse en el menor período de tiempo posible. Si se efectuara con prontitud, la reforma de la Ley de los órganos gallegos de defensa de la competencia esta podría ser una excelente oportunidad para llevar adelante esa mayor dotación de medios.

8.4. Actuación de oficio en la investigación e incoación de expedientes por conductas infractoras de las normas de competencia

Aun siendo significativo el número de denuncias presentadas ante las autoridades de competencia por particulares, especialmente cuando ese número se pone en relación con el personal responsable de la instrucción de esas denuncias, el cierto es que la mejor manera de favorecer el cumplimiento normativo y de promover la competencia efectiva en los mercados es el impulso de la actuación de oficio de los propios órganos encargado de la defensa de la competencia.

En nuestra Comunidad Autónoma resulta de especial relevancia esta tarea de identificación de sectores problemáticos es la subsiguiente investigación de oficio por parte de personal especializado, de manera que se puedan detectar las conductas potencialmente constitutivas de infracción y abrir los correspondientes expedientes sancionadores. A cuyo objeto, el Tribunal considera que no sólo se debe dotar adecuadamente la unidad administrativa encargada de la instrucción de los expedientes, tal como se comentó en el punto anterior, sino que también se debe potenciar al máximo la actuación de oficio del mismo.

8.5. Concesión de ayudas públicas

En el contexto de aguda crisis que se vive en la actualidad se escuchan numerosas voces que demandan ayudas públicas para los sectores económicos más afectados, aumentando la presión sobre las Administraciones Públicas para que incrementen el volumen y la efectividad de los fondos dispuestos para ese fin. Esas demandas pueden ser atendidas si responden a objetivos compatibles con el desarrollo económico a medio y largo plazo y se facilitan la pronta recuperación económica, pero, en todo caso, las ayudas que se concedan deben ser respetuosas con las normas que regulan la competencia, tanto de ámbito español cómo comunitario.

A Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia, otorga a la CNC y a los órganos de defensa de la competencia de las Comunidades Autónomas y, por tanto, a este Tribunal, competencias explícitas para evaluar los criterios de concesión de las ayudas públicas en relación con sus posibles efectos sobre el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados. El TGDC considera que tanto a Xunta de Galicia como la administración local de Galicia deben hacer un esfuerzo para adaptar su actuación en este sentido, evitando la creación o mantenimiento de empresas ineficientes e impidiendo aquellas actuaciones que refuercen o potencien conductas desleales o claramente anticompetitivas por parte de empresas subsidiadas.

8.6. Promoción de la competencia en la actuación de las Administraciones públicas

La promoción de la competencia se refiere a las actuaciones no coactivas en el ámbito de la defensa de la competencia. Las Administraciones Públicas tienen una especial responsabilidad en lo

tocante a la promoción de la competencia en los mercados, por tres razones principales.

En primer lugar, las Administraciones Públicas están sujetas al estricto cumplimiento de las prohibiciones de los artículos 1, 2, 3 de la Ley 15/2007 de Defensa de la Competencia, cuando actúan como operador económicos, con participación directa en los mercados. Su actuación tiene que ser especialmente cuidadosa en esos casos y respetar debidamente la normativa de la competencia, para dar ejemplo los otros participantes en el mercado, así como para evitar las potenciales sanciones en el caso de infracciones.

En segundo lugar, las Administraciones Públicas, en tanto que órganos decisorios sobre la entidad y el destino de las ayudas públicas, tienen también una importante responsabilidad a la hora de aplicar la normativa de defensa de la competencia, tal y como ya se ha dicho.

En tercer y último lugar, las Administraciones Públicas ejercen una importante labor en la determinación del marco y de las condiciones en que se desarrolla la actividad empresarial a través de la elaboración de normas y de los actos administrativos que tienen incidente en el mercado. Esta actuación resulta primordial.

De acuerdo a la nueva Ley 15/2007, las autoridades de defensa de la competencia, tanto a CNC como los órganos autonómicos, están capacitados para impugnar actos de las Administraciones Públicas y normas con rango inferior a Ley que puedan suponer un obstáculo para la competencia efectiva en los mercados. Se trata, lógicamente, de un recurso de última instancia que, en todo caso, pone de manifiesto a voluntad del legislador de que las Administración Públicas tengan un proceder conforme con las normas de competencia.

Para la promoción de la competencia por parte de las Administraciones Públicas, el TGDC considera conveniente que todos los proyectos normativos cuenten de una manera explícita con una Memoria

de Competencia. Para eso, se puede recurrir a dos procedimientos alternativos. En el primero, la Memoria de competencia es elaborada por el propio TGDC; en el segundo, en una primera fase, los propios centros directivos responsables del borrador del proyecto realizan la Memoria “en base a un test que incorpora criterios establecidos por los órganos de defensa de la competencia, como por ejemplo los recogidos en la guía propuesta por la CNC, de suerte que opere como una check-list –; en la segunda fase, el TGDC realiza una revisión técnica de esa Memoria. Este es el procedimiento seguido por la Agencia andaluza, ya que la Ley de esa Comunidad Autónoma establece el deber de tal evaluación para todos los proyectos normativos.

8.7. Compromiso conjunto de las empresas, a la administración y a ciudadanía en general

Siguiendo el llamamiento hecho en los años anteriores, el Tribunal quiere expresar su opinión de que resulta completamente necesaria una involucración decidida del sector personal empresarial, de las diversas Administraciones Públicas gallegas y de los ciudadanos en general, en tanto que usuarios y consumidores de los bienes y servicios del mercado, para avanzar cara unos niveles de competencia efectiva más altos, porque eso redundará con claridad en un mayor desarrollo económico y social de Galicia.



XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE FACENDA

TGDC

Tribunal Galego de Defensa
da Competencia

