

## Capítulo 7

---

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1. Introducción

En el presente trabajo se ha hecho un recorrido sobre la creciente importancia de la defensa de la competencia, como uno de los instrumentos principales para la política económica en la actualidad. A modo de un *complemento* de otras actuaciones de regulación de la actividad económica, promueve la productividad de los factores y favorece la competitividad general de la economía, tal y como se señala en la exposición de motivos de la Ley 15/2007. Asumidas las ventajas que el encuentro de los agentes económicos, bajo condiciones de competencia, genera para la mejor eficiencia de los recursos productivos, para la introducción y la innovación de nuevos procesos en la producción, así como para la apertura de nuevos mercados, con los consiguientes efectos positivos sobre los consumidores –en términos de menores precios, mayor calidad, mejores servicios y más variedad de oferta–, resulta oportuno todavía fortalecer e impulsar, con más ahínco, la cultura de la competencia empresarial entre todos los agentes económicos y sociales, sin olvidar a los responsables políticos.

Aunque las actuaciones públicas en el terreno de la política de la competencia se centran, básicamente, en dos grandes líneas de control: el realizado sobre las conductas de los agentes y el control de estructuras de mercados (analizando si las operaciones de concentración pueden restringir la competencia), no es menos cierto que el cometido de los órganos de defensa de la competencia, tanto en España como en otras economías desarrolladas, no se limita solo a desarrollar sus funciones ejecutivas, y en su caso a la resolución de los expedientes sobre conductas restrictivas, sino que también asumen un papel investigador sobre la realidad de los mercados sobre los que tienen que actuar y, en este sentido, tratan de aglutinar el mayor conocimiento previo posible, realizando una importante labor de control preventivo o *ex-ante*.

Dentro de este cometido, se encuadraría la realización de este informe o *mapa* sobre la competencia en Andalucía, en el que se ha tratado de identificar un conjunto de elementos, claves, y de criterios que nos puedan servir, a modo de unos “rasgos definatorios”, para conocer cuál es el funcionamiento de los mercados en Andalucía, y además nos puedan ayudar a detectar posibles áreas de riesgo, aproximando cuáles son los sectores o ramas de actividad en los que se perciben obstáculos o restricciones a la competencia.

No obstante, debe tenerse en cuenta que la aproximación a la realidad sobre el funcionamiento de la economía andaluza, desde esta perspectiva de situación de los niveles competitivos en los distintos mercados requeriría la aplicación de métodos no convencionales, que trascienden de la metodología *habitual* descrita en la bibliografía para la evaluación de los niveles de competencia en un determinado sector o industria. En este sentido, la utilización de manera precisa y combinada de las principales variables relativas a la estructura de un mercado, después de la delimitación de éste, atendería al número de empresas, los tamaños respectivos de éstas y la concentración de la producción –medida por índices pertinentes–,

matizada por la posible existencia de barreras a la entrada, así como por el seguimiento de la conducta de las empresas establecidas, todo lo cual compone un panorama amplio que puede catalogar, o al menos aproximar, el estado de la competencia en dicho mercado.

Sin embargo, cuando el enfoque de partida no es el de contrastar la situación de la competencia en un determinado mercado o industria, en concreto, con una perspectiva microeconómica o sectorial, sino que se pretende establecer rasgos generales y agregados sobre el conjunto de una economía, como es el caso de la andaluza, las técnicas tradicionales de medición de los comportamientos de las empresas en términos de competencia, resultan insuficientes y presentan claras deficiencias. Así, las fuentes de información a las que cabe recurrir son numerosas y dispares, y parten de criterios no homogéneos dado que no están pensadas para ser puestas en común en análisis de este tipo.

En nuestro caso, baste señalar que la aproximación a la delimitación del mercado relevante, paso imprescindible para la aplicación de otras técnicas sobre el conocimiento de la estructura en una industria se ha basado en la clasificación de subgrupos y rúbricas de productos que utiliza el INE en su enumeración de los principales bienes de consumo que componen la cesta básica del IPC. Esta catalogación no resulta válida, en muchos casos, para *focalizar* el mercado relevante, en términos de producto, ya que pueden formar parte del mismo sector –en términos de sustitutivos cercanos– dos bienes que pueden estar clasificados en distintos subgrupos o rúbricas. Por su parte, la fuente de información disponible para el análisis de la dinámica de la estructura empresarial es la que proporciona el Directorio Central de Empresas, que sigue la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), provocando que en algunos casos no sea clara o directa la correspondencia de una rama o sector con un subgrupo o rúbrica del IPC con el que aparentemente esté relacionado. Por ejemplo, la categoría del índice de precios “transporte personal” puede ser asimilable a la rama de la CNAE, “Alquiler de automóviles, (711)”, pero no resultan conceptos idénticos, y por lo tanto, las coincidencias, desde el punto de vista de la competencia, y las conclusiones que se puedan derivar deben tener presente estos aspectos para no incurrir en errores.

Por este motivo, en relación a la estructuración de nuestro trabajo y a los resultados del mismo, conviene hacer dos aclaraciones importantes. Una se refiere al hecho de que la presentación de los enfoques y las técnicas de análisis efectuadas a lo largo del informe no sigue un criterio ordinal, basado en los pasos a seguir recomendables para la evaluación de los niveles competenciales en los mercados. Este orden establecido podría aplicarse si la perspectiva de nuestro mercado hubiera sido a nivel *microeconómico*, y será el que señalaremos oportuno en el apartado 7.3 de *recomendaciones para el seguimiento* de aquellos sectores o ramas donde se han detectado riesgos para la competencia. Por el contrario, la pauta seguida para estructurar nuestro trabajo ha estado más basada en el grado de reconocimiento o de frecuencia en el uso de técnicas para aproximar la estructura de los mercados, centrándonos, en primer lugar, en la extensa disponibilidad de cálculos fijados para medir la concentración, después en la necesaria delimitación del mercado –ligado al comportamiento de los precios–, y por último por ser a menudo englobado con los índices que miden la concentración (y no menos significativo para el análisis), en la identificación de los indicadores relativos a la dinámica empresarial y la posible validez de otros factores de índole económica y financiera.

La aclaración concerniente a los resultados de nuestra investigación se deriva, sin duda, de las especiales dificultades metodológicas encontradas en los distintos bloques o enfoques efectuados y de la total comparabilidad de éstos. En este sentido, aunque en general se aprecia una elevada consistencia en las conclusiones que se derivan de las distintas técnicas y perspectivas, no cabe duda de la conveniencia de tomar con cautela las afirmaciones que se infieren de la puesta en común de los distintos análisis. Por este motivo, resultaría posiblemente más correcto, tomar en consideración los razonamientos expuestos y la información que se deduce de la aplicación de los diversos criterios y técnicas como meros indicadores o señales de alerta sobre posibles sectores que podrían ser susceptibles de sufrir bajos niveles de competencia. En estos casos, se hace recomendable un análisis más detallado, que descienda a fuentes de información más precisas y concretas, para poder extraer conclusiones válidas de evaluación y poder actuar en consecuencia, con las herramientas disponibles.

## **7.2. Resumen de las principales conclusiones del estudio sobre la competencia en Andalucía**

Con estas limitaciones, la estructura del informe se ha dividido en seis grandes bloques, que dan contenido a los seis capítulos anteriores. En el primero se ha pretendido poner de relieve el hondo significado que las políticas de competencia tienen dentro de las destinadas a la regulación económica en aras de lograr un mejor desarrollo de los niveles de crecimiento, empleo y bienestar. Para ello se recoge de forma sucinta el marco normativo en el que se desarrollan las actuaciones públicas en este campo, siendo destacable la función que diversas instituciones cumplen en materia de respaldo legal, técnico y para la formación de una mayor doctrina científica, basada también en la jurisprudencia que contribuya al mejor entendimiento por parte de los agentes económicos de las ventajas asociadas a la mayor competencia. Y, asimismo, sería deseable que los responsables económicos y legislativos tuvieran presente los efectos limitantes que sobre el funcionamiento competencial de los mercados pueden llegar a tener muchas de las normas y regulaciones que se aprueban y aplican. A esta labor contribuyen sin duda, la Comisión Nacional de la Competencia en España, además de las instituciones europeas y las agencias de las Comunidades Autónomas, de reciente creación.

También en este primer bloque se hace un repaso por los criterios establecidos por algún organismo internacional, como la OCDE, para medir el grado de competencia existente en los mercados, y poder establecer comparaciones internacionales. Aunque en referencia al informe que se comenta, puede establecerse un ranking por países, que podría ser extrapolable para el caso de Andalucía, probablemente, lo más relevante de esta aportación sea la batería de indicadores y criterios que analiza para el cálculo del índice sintético que permite la comparación internacional. De acuerdo con los resultados expuestos, España habría realizado notables avances en la reducción del control que el Estado hace sobre las empresas y en materia de eliminación de algunas barreras existentes para los emprendedores, así como para el establecimiento e inversión de empresas extranjeras. Se destaca también los avances en los sectores de la electricidad, el gas y las telecomunicaciones, pero recuerda las tareas pendientes de mejorar en aspectos como la reducción de cargas y trámites administrativos necesarios para la creación de empresas.

A grandes rasgos, en el capítulo segundo se pueden extraer una serie de conclusiones sobre las implicaciones sobre el bienestar social que se derivan de la existencia de poder de mercado y de las desviaciones que se producen en los mercados en relación a una situación de competencia perfecta. En este sentido, la competencia entre empresas constituye un aspecto muy positivo para el funcionamiento de la economía por una gran variedad de razones. Entre las fundamentales se encuentra el hecho de que, en términos generales, la competencia tiene efectos positivos sobre el nivel de eficiencia productiva y sobre el nivel de bienestar social. Por su parte, estos elementos adquieren una gran importancia no sólo a corto plazo, sino que suponen factores determinantes en el comportamiento de la economía en el largo plazo, siendo un factor que contribuye al crecimiento económico, aumentando la producción, el empleo, la inversión, la calidad y la variedad en los productos.

La existencia de poder de mercado por parte de las empresas implica no sólo una transferencia de recursos desde los consumidores a las empresas, sino una pérdida de eficiencia productiva que se traduce en una disminución del bienestar social. En efecto, tal y como hemos visto en nuestro análisis, la falta de competencia provoca una pérdida de bienestar de los consumidores y un aumento en el bienestar de los productores. Desde este punto de vista, el grado de competencia existente en los distintos mercados tiene importantes implicaciones en la distribución de los recursos en una economía. Cuanto mayor sea el poder de mercado de las empresas, mayor será la desviación de recursos de los consumidores a las empresas. Al margen de estos efectos sobre la distribución de los recursos, la principal implicación negativa de la falta de competencia reside en el hecho de que provoca una pérdida de bienestar social, al suponer una situación ineficiente desde el punto de vista productivo.

Estos elementos hacen que las políticas públicas que fomenten la competencia y la liberalización de los mercados sean elementos fundamentales para garantizar la eficiencia económica y crear las condiciones adecuadas para alcanzar un crecimiento potencial elevado para el conjunto de la economía. Desde este punto de vista, las políticas que persiguen una mayor liberalización de los mercados y mayores niveles de competencia tienen como objetivo favorecer el bienestar social. Para ello, estas políticas deben basarse en una adecuada regulación pública de los mercados privados, con objeto de evitar situaciones en las cuales las empresas tengan poder de mercado o usen dicho poder de mercado para limitar la competencia.

Este planteamiento puede resultar ciertamente paradójico, dado que resulta que son las empresas que operan en determinados mercados las que intentan limitar la competencia para obtener mayores beneficios, mientras que debe ser el sector público el que a través de las políticas de defensa de la competencia, intervenga en estos mercados y los regule precisamente para el fomento de la competencia. Así, las políticas de defensa de la competencia deben ir unidas a las políticas industriales, con el objetivo de promover la competitividad y la eficiencia productiva, al tiempo de garantizar una correcta distribución de los recursos.

El análisis realizado pone en evidencia que las políticas públicas para el fomento de la competencia, no sólo tienen efectos positivos sobre los mercados sobre los que inciden, sino que también pueden ser políticas que jueguen un importante papel a la hora de promover el crecimiento y la competitividad de la economía. Desde este punto de vista, es necesario

prestar importancia al nivel de competencia existente en los diferentes mercados y diseñar las medidas adecuadas para mejorar el nivel de eficiencia productiva.

El capítulo tercero se ha centrado en la medición de la concentración industrial en Andalucía. Tras un primer apartado en el que se definen los índices más habituales para la medición de la concentración sectorial, se realiza un análisis sobre el nivel de concentración de los sectores productivos de Andalucía con el mayor nivel de desagregación posible (3 dígitos según la CNAE), a partir de la información disponible (más de 60 mil empresas) en la Central de Balances de Andalucía (CBA). Para este análisis se estiman los cinco índices más representativos (Herfindahl, Entropía, Rosenbluth, Concentración de las 5 mayores, y de las 10 mayores) junto con un indicador adicional de volatilidad que nos permite conocer la mayor o menor varianza que las cuotas de mercado tienen en cada actividad. De esta forma, a través de la combinación de ambos indicadores (concentración y volatilidad) se pueden detectar aquellas actividades en las que se perciben mayores riesgos (en términos relativos) para la competencia.

Los resultados de los índices calculados en dicho capítulo permiten concluir que las ramas productivas en las que se perciben riesgos para la competencia serían aquellas que presentan los mayores índices de concentración de la muestra y al mismo tiempo muestran una baja volatilidad, es decir, las cuotas de mercado prácticamente no varían entre un año y otro. Las 10 primeras ramas con mayores índices de concentración coinciden en su mayor parte con las 10 primeras que registran una menor volatilidad, denotando así un reducido nivel de competencia. Entre estas ramas aparecen varias actividades del sector industrial que tienen escasa implantación en el tejido productivo andaluz, como es el caso de la fabricación de aparatos de recepción y reproducción de sonidos, de relojes, de instrumentos musicales, de juegos, de motocicletas o de preparación y curtido del cuero. Estas ramas tienen menos de 10 empresas en Andalucía, y en algunos casos incluso de 5, y sin duda son actividades que están sujetas a la competencia exterior, por lo que hablar de la existencia de riesgos para la competencia resultaría arriesgado.

Sin embargo, hay otras actividades en las que sí podría percibirse con más claridad un bajo grado de competencia. Tal es el caso de la producción y distribución de la energía eléctrica, en las que cinco empresas controlan prácticamente la totalidad de la cifra de negocios (la CBA recoge 75 empresas en este epígrafe de la CNAE), y la volatilidad es muy baja. Las propias características del mercado, más intensivo en capital y tecnología, y las regulaciones administrativas que le afectan hacen que este sea un sector con muy escasa competencia.

Igualmente, las industrias lácteas presentan una alta concentración y baja volatilidad, controlando también las cinco empresas más grandes la casi totalidad de las ventas, siendo este por tanto un mercado con poca competencia. En este caso, los resultados son concluyentes sobre todo si se tiene en cuenta que las empresas de la muestra utilizada representan algo más del 80 por ciento de la facturación total del sector en Andalucía.

En resumen, a título meramente enunciativo, las actividades con mayor riesgo para la competencia detectadas en este análisis de concentración y volatilidad de las cuotas de mercado son: industrias lácteas; fabricación de materiales para la construcción (cemento, cal,

hormigón, piedra ornamental, ladrillos y tejas, productos del hierro y acero); producción y distribución de energía, de gas, y de agua; venta de motocicletas y ciclomotores; transporte por tubería; manipulación y depósito de mercancías; alquiler de automóviles; y servicios de seguridad.

En cuanto a las ramas en las que se percibe un alto grado de competencia, no hay tanta sintonía entre las que muestran unos menores niveles de concentración y aquellas que registran una mayor volatilidad. Sin embargo, es posible apreciar que, en general, las actividades relacionadas con la construcción y el sector inmobiliario se encuentran entre las de mayores niveles de competencia de la región, siendo éste un sector que en los últimos años ha experimentado un fuerte auge, aumentando el número de empresas en el mercado. A estas actividades también se unirían los servicios a empresas, y más concretamente las actividades de consultoría (jurídica, contabilidad,...), que se muestran entre las de niveles de competencia más elevados de la región.

Por su parte, en el capítulo cuarto, se hace una revisión por la doctrina económica referente a la delimitación del mercado relevante, concepto fundamental para acotar el ámbito de análisis de la posible práctica/comportamiento de falta de competencia o evaluar el grado de competencia existente en una actividad. Para a continuación, realizar un contraste acerca de la existencia de un *mercado único* entre Andalucía y España, mediante la puesta en práctica de las aproximaciones metodológicas expuestas en el primer apartado. Para ello, se lleva a cabo una comparativa de los índices de precios para el periodo comprendido entre enero de 2002 y diciembre de 2008, para Andalucía y España, con el grado máximo de especificación que permite esta encuesta del INE.

De acuerdo con los resultados obtenidos, cabe destacar en primer lugar que existe, en general, una concordancia muy elevada en la trayectoria de precios de Andalucía respecto a España y otras regiones de referencia, por lo que no podría inferirse una separación de las áreas de mercados entre ambos espacios geográficos, siendo las correlaciones de precios prácticamente totales. Sin embargo, se desprende un cierto grado de discrepancia en la trayectoria de los precios en ramas comerciales en las que puede existir un margen de heterogeneidad de productos, peculiaridades regionales y distintas localizaciones que pueden suponer ventajas en la producción y distribución. Tampoco existen indicios de que no se cumpla la Ley del Precio Único en aquellos servicios que tienen un importante peso en la cesta de consumo. En cuanto a las categorías de bienes respecto a las cuales podría intuirse una existencia de mercados diferenciados, éstas corresponderían a algunos productos alimenticios (pan, leche y algunas carnes), bebidas no alcohólicas, tabaco, y algunos servicios relativos al ocio, entre otros, con un cierto poder de mercado de las empresas que llevan a cabo su actividad en el ámbito regional.

Tras los análisis efectuados en relación a la competencia, desde la perspectiva del comportamiento de los precios y de los índices de concentración, el capítulo quinto indaga en el análisis de otros indicadores que, tanto desde la perspectiva demográfica como de la económico financiera, pretende complementar el estudio con otros elementos que pueden servir para mejorar el conocimiento sobre la estructura de las actividades productivas en Andalucía y su relación con los niveles de competencia existentes.

Los resultados más destacados pueden articularse sobre tres ejes. Por un lado, desde una perspectiva estructural, el análisis de la cifra de empresas que componen las distintas ramas de actividad ha permitido aproximar la dimensión numérica de estas actividades, de lo que pueden inferirse señales de alerta acerca de la concentración o dispersión de la oferta en estos mercados. Esta línea de estudio se completa con el análisis de la dimensión de las empresas que conforman el tejido productivo regional, lo que permite aproximar la desigualdad en el tamaño presente en las distintas ramas productivas, aspecto que puede alertar de posibles dificultades para que la operatividad en los mercados se desarrolle en condiciones de competencia.

Un segundo bloque, se ha centrado en el análisis de la evolución del tejido empresarial por actividades, como un factor que puede ser indicativo de los obstáculos que presentan determinados mercados para permitir el acceso de nuevas empresas, así como de la fluidez o rotación de empresas en los distintos ámbitos productivos. A continuación, se ha profundizado en la comparativa entre el número de locales que desarrollan su actividad en el mercado y las empresas que forman parte del mismo, a fin de complementar el estudio de la concentración o dispersión de la oferta desde otra perspectiva.

Sintetizando la información que aportan los distintos indicadores, se han detectado comportamientos destacados y coincidentes en algunas ramas de actividad, lo que, si bien no permite aseverar con rotundidad el bajo nivel de competencia del mercado, sí representa una señal de alerta sobre las particularidades del mismo basadas en fundamentos demográficos. Así, atendiendo a la percepción de los rasgos que apuntan a condiciones proclives para la competencia destacan las actividades correspondientes a las CNAE 522 Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco, 621 Transporte aéreo regular y 732 Investigación y Desarrollo sobre ciencias y humanidades, por coincidir en cuatro de los criterios propuestos de caracterización.

Por otro lado, en dos actividades se perciben obstáculos para generar un marco de competencia, el Tratamiento de combustibles nucleares y residuos radiactivos (233) se compone de una única empresa y ofrece límites a la incorporación de nuevas empresas si atendemos a los referentes de dinamismo empresarial, y la Intermediación financiera (651), donde destaca el elevado ratio de dispersión y la alta sucursalización de esta actividad, aspectos a los que habría que sumar la heterogeneidad del tamaño de las empresas que componen el mercado. No obstante, tal y como se ha recogido en el capítulo quinto, en ocasiones estos indicadores pueden ofrecer resultados contrapuestos, y su análisis requiere de un marco más amplio de referentes y de información sobre la conducta que ejercen las empresas en el mercado para poder extraer resultados concluyentes sobre la competencia.

Desde la óptica económico-financiera, el análisis se ha centrado en determinar si existen otros indicadores disponibles que puedan servir de alerta sobre cambios en la estructura de mercado, así como determinar las posibles implicaciones que estos elementos adicionales puedan tener sobre la competencia. En este sentido, se ha elaborado un modelo econométrico que tiene como objetivo determinar la posible influencia de los aspectos económico financieros sobre la concentración de empresas en un mercado, así como detectar patrones de comportamiento diferentes entre las distintas actividades pertenecientes a los distintos sectores productivos.

En general, los resultados obtenidos confirmarían la relación entre algunas de las variables explicativas y el nivel de concentración. En este sentido, las relaciones más significativas son las que existen entre la productividad y la ratio Beneficios/ventas con el grado de concentración. De acuerdo con las conclusiones de este enfoque, se detectan un grupo reducido de actividades asociadas a la Industria extractiva y manufacturera en los que los coeficientes estimados son significativos y positivos, lo que indicaría la existencia de un efecto sectorial sobre el nivel de concentración en dichas actividades, ya que el comportamiento detectado difiere del comportamiento promedio del grupo en el que se encuadran.

Por último, y aunque la percepción empresarial sobre el grado de competencia existente en sus respectivos sectores de actividad, no es una aproximación muy comparable con las de otros enfoques y técnicas aplicadas, parece oportuno señalar los principales resultados del cuestionario, desde una perspectiva sectorial, y comprobar –teniendo en cuenta la heterogeneidad de este planteamiento– la posible existencia de coincidencias. Así, en opinión de las empresas encuestadas, la imposición del precio de venta por parte de los suministradores o distribuidores es la que se percibe como más frecuente, entre las prácticas abusivas o colusorias, especialmente en el grupo de empresas dedicadas a la industria textil y calzado. Entre los restantes comportamientos no deseados, la actuación de empresas irregulares o no autorizadas se percibe como principal comportamiento ilegal o no ético, especialmente en la Construcción, y en el Turismo y el transporte. En cuanto a las prácticas legales que pueden afectar a la actividad de las empresas, en todos los sectores tienen mayor incidencia los procesos de fusión que aumentan la dimensión empresarial. Por otro lado, conviene destacar que el conocimiento de la normativa de defensa de la competencia es, por lo general, bajo, especialmente en las ramas industriales y el comercio, lo que evidencia la tarea pendiente en materia de mayor promoción de la cultura y concienciación sobre la competencia.

A continuación, y para facilitar la comprensión de las principales conclusiones, en los cuadros siguientes (7.1 y 7.2) se recogen aquellas ramas, sectores, actividades o productos en los que se han obtenido resultados destacables, en términos de los criterios definidos en cada uno de los enfoques o técnicas de aproximación efectuadas. De este modo, resulta posible visualizar cuáles son las actividades en las que parece intuirse señales de alerta acerca de menores niveles de competencia. La diferente ponderación que se le asigne a los distintos criterios resulta determinante para la priorización de las actividades o mercados en los que se perciben riesgos. Es por este motivo, junto con las dificultades metodológicas mencionadas (como la no homogeneidad en la definición de sectores y grupos) por el que en la obtención de conclusiones hemos considerado más adecuado no aplicar un enfoque agregado, ya que previamente se requería la adopción subjetiva (pero justificada) de la mayor o menor importancia de cada uno de los criterios.

Posiblemente cuando la investigación descienda al análisis *micro*, es decir, al comportamiento interactivo de las empresas se pueda disponer de nuevos elementos que arrojen luz sobre la priorización de los criterios. En este sentido, en el siguiente epígrafe se señalan otros factores que pueden complementar y aportar una visión de conjunto para un análisis más completo de la medición de la competencia.

CUADRO 7.1.  
Principales resultados de los criterios analizados: posibles riesgos para la competencia

CRITERIOS	Concentración	Volatilidad	Discrepancias positivas de los precios	Factores demográficos	Percepción empresarial
<b>RAMAS DE ACTIVIDAD</b>	155 Industrias lácteas	155 Industrias lácteas	Pan	101 Extracción y aglomeración antracita y hulla	Industria extractiva
	173 Acabado de textiles	176 Fab. tejidos de punto	Otras carnes	103 Extracción y aglomeración de turba	Industria manufacturera
	191 Preparación y curtido cuero	191 Preparación y curtido cuero	Leche	111 Extracción de crudos de petróleo y gas natural	Medioambientales
	245 Fab. jabones, detergentes	212 Fab. artículos papel y cartón	Bebidas no alcohólicas	112 Actividades de servicios relacionados con explotaciones petrolíferas y gas	Construcción
	247 Fab. fibras artificiales y sintéticas	223 Reproducción soportes grabados	Agua mineral, refrescos y zumos	131 Extracción de minerales de hierro	
	271 Fab. productos básicos hierro, acero	245 Fab. jabones, detergentes	Tabaco	141 Extracción de piedra	
	273 Otras actividades transf. Hierro y acero	261 Fab. vidrio y productos vidrio	Calzado de mujer	155 Industrias lácteas	
	274 Producción y transf. metales preciosos	265 Fab. cemento, cal y yeso	Reparación de calzado	202 Fabricación chapas, tableros, alistonados, de partículas aglomeradas	
	275 Fundición de metales	271 Fab. productos básicos hierro, acero	Conservación de la vivienda	233 Tratamiento combustibles nucleares y residuos radiactivos	
	287 Fab. productos metálicos, excepto muebles	274 Prod. y transf. metales preciosos	Muebles y otros enseres	273 Otras actividades transformación hierro y acero y producción de ferroaleaciones	
	296 Fab. armas y municiones	275 Fundición de metales	Muebles y revestimientos de suelo	275 Fundición de metales	
	313 Fab. hilos y cables eléctricos	294 Fab. máquinas-herramientas	Artículos textiles para el hogar	283 Fabricación de generadores de vapor	
	314 Fab. acumuladores y pilas eléctricas	296 Fab. armas y municiones	Textiles y accesorios para el hogar	313 Fabricación de hilos y cables eléctricos aislados	
	316 Fab. otro equipo eléctrico	316 Fab. otro equipo eléctrico	Utensilios y herramientas para el hogar	314 Fabricación de acumuladores y pilas	
	321 Fab. válvulas, tubos y otros electrón.	321 Fab. válvulas, tubos y otros electrón.	Herramientas y accesorios para casa y jardín	333 Fabricación de equipo de control de procesos industriales	
	322 Fab. transmisores de radiodifusión, TV	323 Fab. aparatos recepción, reproducción sonido	Otros bienes y servicios para el hogar	343 Fabr. partes, piezas y accesorios no eléctricos vehículos motor	
323 Fab. aparatos recepción, reproducción sonido	334 Fab. instrumentos óptica y fotografía	Servicios para el hogar	352 Fabricación de material ferroviario		

CUADRO 7.1.  
Principales resultados de los criterios analizados: posibles riesgos para la competencia. Continuación

CRITERIOS	Concentración	Volatilidad	Discrepancias positivas de los precios	Factores demográficos	Percepción empresarial
<b>RAMAS DE ACTIVIDAD</b>	333 Fab. equipo control procesos industriales	335 Fab. de relojes	Servicios médicos y similares	371 Reciclaje de chatarra y desechos de metal	
	335 Fab. de relojes	341 Fab. vehículos motor	Bienes y servicios relativos a los vehículos	402 Producción gas, distrib. combustibles gaseosos conductos urbanos	
	341 Fab. vehículos motor	352 Fab. material ferroviario	Transporte personal	452 Construcción general de inmuebles y obras de ingeniería civil	
	354 Fab. motocicletas y bicicletas	353 Construcción aeronáutica espacial	Comunicaciones	453 Instalaciones de edificios y obras	
	363 Fab. instrumentos musicales	354 Fab. motocicletas y bicicletas	Equipos y soportes audiovisuales, fotográficos e informáticos	501 Venta de vehículos de motor	
	365 Fab. juegos y juguetes	363 Fab. instrumentos musicales	Servicios recreativos, deportivos y culturales	502 Mantenimiento y reparación de vehículos motor	
	401 Prod. y distrib. energía eléctrica	365 Fab. juegos y juguetes	Objetos recreativos	513 Comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco	
	402 Prod. y distrib. gas	401 Prod. y distrib. energía eléctrica	Libros, prensa y papelería	514 Comercio al por mayor de productos de consumo, distinto de los alimenticios	
	403 Prod. y distrib. vapor	402 Prod. y distrib. Gas	Esparcimiento	515 Comercio al por mayor de productos no agrarios semielaborados, chatarra	
	622 Transporte aéreo discrecional	711 Alquiler de automóviles	Educación universitaria	524 Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados	
	651 Intermediación monetaria	723 Proceso de datos	Bienes y servicios para el cuidado personal	553 Restaurantes	
	724 Actividades relacionadas con bases de datos	724 Actividades relacionadas con bases de datos	Artículos de uso personal	554 Establecimientos de bebidas	
	732 I+D ciencias sociales y humanidades	731 I+D ciencias sociales y humanidades	Otros servicios	602 Otros tipos de transporte terrestre	
			Servicios sociales	603 Transporte por tubería	
				633 Actividades de las agencias viajes, mayoristas y minoristas de turismo	
				651 Intermediación monetaria	
			701 Actividades inmobiliarias por cuenta propia		
			703 Actividades inmobiliarias por cuenta de terceros		
			748 Actividades empresariales diversas		

FUENTE: Analistas Económicos de Andalucía.

CUADRO 7.2.  
**Graduación de los riesgos para la competencia, según el número de criterios implicados:**

**CUADRO RESUMEN**

	Concentración	Volatilidad	Discrepancias positivas de los precios <sup>(a)</sup>	Factores demográficos	Factores económico financieros	Percepción empresarial <sup>(b)</sup>
<b>Sectores con signos de "riesgo" en 5 criterios</b>						
155 Industrias lácteas						
<b>Sectores con signos de "riesgo" en 4 criterios</b>						
275 Fundición de metales						
323 Fabric. aparatos de recepción, grabación y reproducción sonido/ imagen						
354 Fabricación de motocicletas y bicicletas						
363 Fabricación de instrumentos musicales						
365 Fabricación de juegos y juguetes						
<b>Sectores con signos de "riesgo" en 3 criterios</b>						
191 Preparación, curtido y acabado del cuero						
245 Fabric.de jabones,detergentes y otros art.limpieza y abrillant.						
271 Fabric. prod. básicos de hierro, y acero						
273 Otras activid. transformación hierro y acero y ferroaleac.						
274 Produc. y 1º transformación metales preciosos y otros metales						
296 Fabricación de armas y municiones						
313 Fabricación de hilos y cables eléctricos aislados						
314 Fabricación de acumuladores y pilas eléctricas						
321 Fabricación de válvulas, tubos y otros comp.. electrónicos						
333 Fabricación de equipo de control de procesos industriales						
335 Fabricación de relojes						
341 Fabricación de vehículos de motor						
401 Producción y distribución de energía eléctrica						
402 Producc. gas; distribución comb .gaseosos						
502 Mantenimiento y reparación de vehículos de motor						
524 Otro comercio al por menor de art. nuevos en establec. espec.						
553 Restaurantes						
554 Establecimientos de bebidas						
602 Otros tipos de transporte terrestre						
724 Actividades relacionadas con bases de datos						
<b>Sectores con signos de "riesgo" en 2 criterios</b>						
103 Extracción y aglomeración de turba						
158 Fabricación de otros productos alimenticios						
173 Acabado de textiles						
183 Preparación y tejido de pieles de peletería						
316 Fabricación de otro equipo eléctrico						
334 Fabricación de instrumentos de óptica y de equipo fotográfico						
352 Fabricación de material ferroviario						
361 Fabricación de muebles						
452 Construcción general de inmuebles y obras de ingeniería civil						
453 Instalaciones de edificios y obras						
501 Venta de vehículos de motor						
503 Venta de repuestos y accesorios de vehículos de motor						
504 Venta, mantenim. y reparación motocicl. y ciclomotores y repuestos						
505 Venta al por menor de carburantes para la automoción						
515 Comercio al por mayor de prod. no agrarios semielaborados, chatarra						
622 Transporte aéreo discrecional						
633 Actividades de las agencias viajes, mayoristas y minoristas de turismo						
651 Intermediación monetaria						
701 Actividades inmobiliarias por cuenta propia						
703 Actividades inmobiliarias por cuenta de terceros						
711 Alquiler de automóviles						
731 Investigación y desarrollo sobre ciencias naturales y técnicas						
732 Investigación y desarrollo sobre ciencias sociales y humanidades						

FUENTE: Analistas Económicos de Andalucía.

CUADRO 7.2.

**Graduación de los riesgos para la competencia, según el número de criterios implicados:****CUADRO RESUMEN (Continuación)**

	Concentra- ción	Volatilidad	Discrepancias positivas de los precios <sup>(a)</sup>	Factores demográ- ficos	Factores económico financieros	Percepción empresarial <sup>(b)</sup>
<b>Sectores con signos de "riesgo" en 1 criterio</b>						
101 Extracción y aglomeración de antracita y hulla						
111 Extracción de crudos de petróleo y gas natural						
112 Actividades de servicios relacionados con explotac. petrolíferas y gas						
131 Extracción de minerales de hierro						
141 Extracción de piedra						
142 Extracción de arenas y arcillas						
143 Extracción de minerales para abonos y productos químicos						
144 Producción de sal						
151 Industria cárnica						
153 Preparación y conservación de frutas y hortalizas						
159 Elaboración de bebidas						
160 Industria del tabaco						
174 Fabrica. otros art. confeccionados con textiles, excepto prendas vestir						
175 Otras industrias textiles						
176 Fabricación de tejidos de punto						
193 Fabricación de calzado						
202 Fabric. chapas, tableros contrachap., alistonados, de aglomeradas						
205 Fabricación otros productos de madera, corcho, cestería y espartería.						
212 Fabricación de artículos de papel y de cartón						
222 Artes gráficas y servicios relacionados						
223 Reproducción de soportes grabados						
233 Tratamiento de combustibles nucleares y residuos radiactivos						
247 Fabricación de fibras artificiales y sintéticas						
261 Fabricación de vidrio y productos de vidrio						
265 Fabricación de cemento, cal y yeso						
266 Fabricación de de hormigón, yeso y cemento						
267 Industria de la piedra						
281 Fabricación de elementos metálicos para la construcción						
282 Fabric de cisternas, grandes depósitos, contenedores metal, calderas						
283 Fabricación de generadores de vapor						
284 Forja, estampación y embutición de metales						
286 Fabric. art. de cuchillería y cubertería, herramientas y ferretería						
287 Fabricación de productos metálicos diversos, excepto muebles						
294 Fabricación de máquinas-herramienta						
295 Fabricación de maquinaria diversa para usos específicos						
297 Fabricación de aparatos domésticos						
322 Fabric. de transmisores radiodifusión y tv. y aparatos radiotelefonía						
343 Fabric. partes, piezas y accesorios no eléctricos para vehículos motor						
351 Construcción y reparación naval						
353 Construcción aeronáutica y espacial						
371 Reciclaje de chatarra y desechos de metal						
403 Producción y distribución de vapor y agua caliente						
410 Captación, depuración y distribución de agua						
451 Preparación de obras						
454 Acabado de edificios y obras						
512 Comercio al por mayor de mat. primas agrarias y de animales vivos						
513 Comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco						
514 Comercio al por mayor de prod. de consumo, no de los alimenticios						
516 Comercio al por mayor de maquinaria y equipo						
521 Comercio al por menor en establecimientos no especializados						
523 Comercio al por menor de prod. Farmac., art médicos, belleza, higiene						
527 Reparación de efectos personales y enseres domésticos						
551 Hoteles						

FUENTE: Analistas Económicos de Andalucía.

CUADRO 7.2.

**Graduación de los riesgos para la competencia, según el número de criterios implicados:****CUADRO RESUMEN** (Continuación)

	Concentración	Volatilidad	Discrepancias positivas de los precios <sup>(a)</sup>	Factores demográficos	Factores económico financieros	Percepción empresarial <sup>(b)</sup>
603 Transporte por tubería						
641 Actividades postales y de correo						
642 Telecomunicaciones						
712 Alquiler de otros medios de transporte						
723 Proceso de datos						
725 Mantenimiento y reparación de máquinas de oficina, y eq. informático						
741 Actividades jurídicas, contabilidad, auditoría, ases. fiscal, estud. de mdo.						
742 Servicios técnicos de arquitectura, ingeniería y otras de asesoramiento						
748 Actividades empresariales diversas						
803 Enseñanza superior						
851 Actividades sanitarias						
852 Actividades veterinarias						
853 Actividades de servicios sociales						
922 Actividades de radio y televisión						
923 Otras actividades artísticas y de espectáculos						
927 Actividades recreativas diversas						
930 Actividades diversas de servicios personales						

## NOTA:

Se han excluido de esta clasificación las ramas productivas en las que no se han detectado riesgos para la competencia atendiendo a estos criterios.

(a) Dado que no existe una correspondencia directa entre la clasificación por ramas CNAE y la establecida en el IPC de subgrupos y rúbricas, se ha establecido una "equivalencia" aproximada, pero debe tenerse en cuenta que ésta no es del todo exacta, ya que no es posible conocer si los bienes que forman parte del consumo están producidos en Andalucía (o no) y tampoco si su diferencia en precios se generó en origen -en la fase de producción- o en la de comercialización. De este modo, para que las conclusiones relativas al análisis de los precios fuesen comparables con los otros criterios se ha realizado la siguiente aproximación entre grupos:

- "Pan": CNAE 158
- "Otras carnes": CNAE 151
- "Leche": CNAE 155
- "Bebidas no alcohólicas" y "agua mineral, refrescos y zumos": CNAE 159 y 554
- "Tabaco": CNAE 160
- "Calzado de mujer": CNAE 193 y 524
- "Reparación de calzado" y "Conservación de la vivienda": CNAE 527
- "Muebles y otros enseres" y "Muebles y revestimientos del suelo": CNAE 361
- "Artículos textiles para el hogar" y "Textiles y accesorios para el hogar": CNAE 174, 175 y 524.
- "Utensilios y herramientas para el hogar": CNAE 286 y 297.
- "Herramientas y accesorios para casa y jardín", "otros bienes y servicios para el hogar" y "servicios para el hogar": CNAE 524 y 527.
- "Servicios médicos y similares": CNAE 851 y 852.
- "Bienes y servicios relativos a los vehículos": CNAE 711, 501, 502, 503, 504, 341 y 354.
- "Transporte personal": CNAE 602 y 622.
- "Equipos y soportes audiovisuales, fotográficos e informáticos" y "Comunicaciones": 642, 323 y 334.
- "Servicios recreativos, deportivos y culturales": CNAE 927 y 930.
- "Objetos recreativos" y "esparcimiento": CNAE 363 y 365.
- "Libros, prensa y papelería": CNAE 524.
- "Educación universitaria": CNAE 803.
- "Bienes y servicios para el cuidado personal" y "Artículos de uso personal": CNAE 523 y 930.
- "Servicios sociales" y "otros servicios": CNAE 853.

(b) En el criterio relativo a la "percepción empresarial" se han considerado las actividades que asignan al nivel de competencia de su sector de actividad o negocio una puntuación inferior a 5 (valoración entre 1 y 10 puntos, donde 1 representa el menor nivel de competencia).

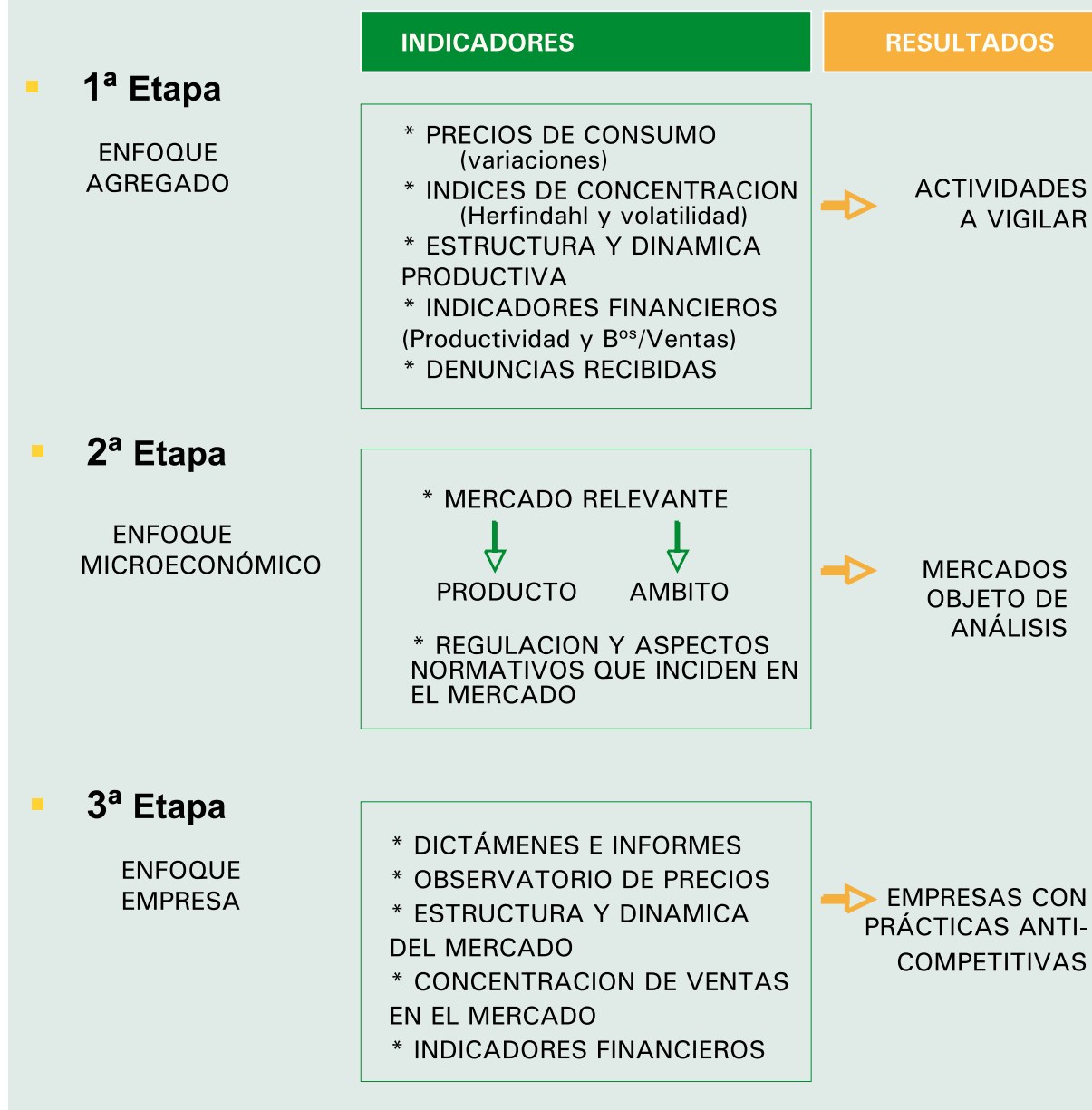
### 7.3. Recomendaciones para el seguimiento de los criterios de análisis de la competencia

Uno de los propósitos de este informe es proponer una serie de recomendaciones y de indicadores que permitan el seguimiento de los niveles de competencia de las actividades productivas en Andalucía. A lo largo del informe, el ámbito de seguimiento realizado se ha centrado en “las actividades”, ya que, dada la información disponible de carácter periódico, el máximo nivel de desagregación se ha correspondido con el nivel de grupos de actividades a 3 dígitos de la CNAE. Un análisis en mayor profundidad de la competencia puede requerir descender hasta el nivel de micromercado y/o microproducto, si bien, esta limitación no invalida la necesidad de abordar el seguimiento de la competencia con este nivel de desagregación, ya que, en múltiples ocasiones, como se ha destacado en el resumen de resultados de este capítulo, las prácticas anticompetitivas tienen efectos a nivel agregado y, en consecuencia, pueden ser detectadas en este contexto.

La metodología que proponemos para el seguimiento de los niveles de competencia en Andalucía se puede estructurar en tres etapas: la primera, de análisis de actividades, con la desagregación de 3 ó 4 dígitos de la CNAE. La segunda, de definición del mercado relevante, y la tercera de análisis a nivel de micromercado o microproducto.

Por lo que se refiere a la primera etapa, el análisis y los indicadores propuestos coinciden en gran medida con los empleados en nuestro trabajo. El objetivo de esta fase es detectar actividades con evidencias o alertas en sus niveles de competencia. Para ello se propone una batería de indicadores que recogen los distintos enfoques que pueden aportar información al respecto. En concreto, deben vigilarse los precios (variaciones) con la mayor desagregación disponible del área geográfica de referencia –que en su caso puede ser también provincial–. Los niveles de concentración en Andalucía por actividades, empleando conjuntamente la visión que ofrecen el índice de Herfindahl y el de volatilidad, es decir, la variación de las cuotas de mercado en una industria a lo largo del tiempo. La estructura y dinámica productiva, es decir, el peso y la evolución de los distintos sectores productivos. También los indicadores financieros que han resultado ser explicativos –según el contraste econométrico realizado– de los niveles de concentración en las actividades productivas andaluzas, caso de la productividad y de la ratio beneficios/ventas, deben formar parte de los indicadores *clave* de análisis. Junto a estos factores deben incluirse en esta fase, como elemento adicional de información, las denuncias registradas en las Agencias de la Competencia en Andalucía y en el resto de España, ya que, éstas suponen un aviso de que se pueden estar produciendo prácticas no deseadas en esas actividades. Por último, es recomendable contar con información de la percepción empresarial sobre la competencia con representatividad a nivel de actividades con la mayor desagregación posible, al menos a 3 o 4 dígitos de la CNAE, de tal forma que permitan ofrecer una visión muy específica de las actividades que se consideren de interés.

## METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE SEGUIMIENTO DE LA COMPETENCIA EN ANDALUCÍA



La etapa descrita anteriormente debe permitir detectar aquellas actividades a vigilar, dando lugar al inicio de la segunda fase. Ésta consiste en definir el mercado relevante, ya que, de la amplitud de éste va a depender la interpretación de los resultados obtenidos en la primera fase y va a delimitar con exactitud el mercado y producto a analizar en la etapa tercera. La definición del mercado, objeto de la etapa segunda, exige delimitar dos aspectos; cuál es el producto relevante y cuál es el ámbito geográfico relevante. En esta etapa puede ser de gran

utilidad recabar información a los participantes en el mercado, y cabría considerar la conveniencia de realizar encuestas. Dentro de esta fase, como tarea final, es necesario incorporar un análisis de la normativa y regulación que afecta al mercado relevante por si tiene incidencia en el alcance de la investigación. La importancia de esta fase es crucial para una evaluación adecuada de la competencia.

Por citar un ejemplo, el análisis de la primera fase realizado en este informe había mostrado como actividad de alerta al "alquiler de vehículos". En la segunda etapa sería necesario definir el mercado de esta actividad, caso de los productos (alquiler de vehículos a particulares, a empresas, segmentos de automóviles, etc.), ya que, es necesario conocer si existen productos diferenciados y en consecuencia segmentos de clientes diferenciados, seguramente no es lo mismo el alquiler de un utilitario que el de un vehículo de gama alta o de un vehículo industrial. Aclarado este punto, es importante delimitar, para cada producto, el ámbito geográfico relevante, es decir, si el mercado es internacional, nacional, regional o local. Se puede intuir en este aspecto que, en el ejemplo citado, el mercado de la provincia de Málaga funciona de forma diferenciada al de Sevilla u otras provincias, el cliente que alquila un vehículo en el aeropuerto de Sevilla no puede hacerlo en el de Málaga y viceversa, e incluso, es posible que se puedan detectar comportamientos singulares en mercados más reducidos.

La tercera etapa se centra efectivamente en las empresas cuyos productos y mercados han sido detectados como de posible riesgo para la competencia. Con carácter previo, resulta imprescindible efectuar una labor de documentación que recopile todos los informes y dictámenes que se hayan elaborado sobre empresas, productos o mercados concretos en el ámbito de la competencia, ya que aportan una información sustancial en la investigación. Posteriormente, el análisis a efectuar emplearía, en parte, como indicadores los señalados en la etapa primera, pero delimitados al mercado considerado relevante y con información a nivel de empresas participantes en dicho mercado. Es decir; deben examinarse los precios del producto en el mercado por empresa, lo que hace necesario un observatorio de precios para gestionar esta tarea; hay que analizar la estructura y dinámica de las empresas que conforman ese mercado; debe analizarse la concentración del mercado con las empresas que efectivamente operan en él, tanto desde una perspectiva estática como dinámica; y por último, deben examinarse los indicadores financieros con objeto de comprobar si se producen diferencias significativas entre las empresas objetos de la investigación, el conjunto del mercado relevante donde actúan, y otros mercados análogos.

Todas estas herramientas, y posiblemente algunas otras, facilitarán la aproximación a la realidad del funcionamiento económico y permitirán contar con mayores elementos de juicio para, si es preciso, intervenir y regular las prácticas en el mercado de acuerdo con las responsabilidades públicas, a fin de garantizar el crecimiento económico y mayores niveles de bienestar.