

**Estudo sobre as percepcións dos responsables  
de PEMES galegas non comerciais sobre a  
competencia**

**Estudo 27/2008**

## Índice

1. Introducción .....	3
2. Obxectivos do presente estudo .....	6
3. Cuestionario e ficha técnica .....	7
4. Resumo executivo.....	9
4.1 Sobre a frecuencia coa que se producen determinadas condutas relacionadas coa competencia nos mercados.....	11
4.2 Sobre valores relativos á defensa da competencia.....	16
4.3 Grao de notoriedade dos órganos de defensa da competencia .....	22

## 1. Introducción

O Decreto 20/2005, do 3 de febreiro, de desenvolvemento da Lei 6/2004, do 12 de xullo, reguladora dos órganos de defensa da competencia da Comunidade Autónoma de Galicia<sup>1</sup> recolle no seu artigo 1 a posibilidade de que o Tribunal Galego de Defensa da Competencia (TGDC) promova a realización de estudos en materia de competencia.

A realización de estudos sobre a percepción da competencia dos responsables empresariais ten a súa orixe no recoñecemento pola Office of Fair Trading (OFT) do Reino Unido, no 2003, da dificultade de medir dun xeito fiable o impacto directo das súas actividades nos mercados. A partir desta crenza, a OFT realizou unha investigación cualitativa de natureza exploratoria para identificar o grao no que os responsables empresariais poderían dar respostas fiables –con coñecemento da materia. Sobre a base das respostas obtidas, a OFT elaborou un cuestionario para desenvolver unha enquisa sobre as percepcións dos responsables empresariais sobre a competencia.

No ano 2006, á vista da necesidade de coñecer a situación da defensa da competencia en Galicia, o TGDC decidiu realizar un estudo pioneiro no ámbito español sobre a percepción da competencia polos

---

<sup>1</sup> DOG nº 32, do 16 de febreiro de 2005, p. 2.639.

empresarios da Comunidade galega, baseándose nos argumentos e precedentes establecidos pola OFT.

Os obxectivos concretos do presente estudo son:

1. coñecer a frecuencia percibida de condutas ilícitas nos mercados,
2. identificar o grao no que os empresarios asumen valores positivos ou negativos sobre o proceso competitivo nos mercados,
3. coñecer o nivel de coñecemento da lexislación de defensa da competencia,
4. pescudar o grao de notoriedade dos órganos de defensa da competencia.

No ano 2007, o Tribunal decidiu realizar un novo estudo sobre as percepcións, se ben centrado unicamente no sector comercial. Entre as razóns que xustificaron esta elección atopábanse dúas fundamentais: (i) a importancia do tecido comercial na Comunidade Autónoma de Galicia e (ii) a necesidade de entrevistar a un número dabondo de responsables empresariais de cada un dos grandes sectores da economía galega para que os resultados derivados dos datos recollidos resultaran significativos.

Coa experiencia obtida dos dous estudos anteriores, o TGDC propúxose realizar un novo estudo, no 2008, neste caso enfocado só aos responsables de empresas non comerciais.

## 2. Obxectivos do presente estudo

Os obxectivos concretos do estudo realizado en 2008 eran coñecer, nas empresas galegas non comerciais con máis de 5 traballadores e menos de 251, a opinión do seu responsable sobre:

1. A frecuencia coa que se producen determinadas condutas relacionadas coa competencia nos mercados.
2. Os valores relativos á defensa da competencia.
3. O grao de notoriedade dos órganos de defensa da competencia galegos.

### 3. Cuestionario e ficha técnica

Tomando como punto de partida o cuestionario realizado pola OFT, o presidente do TGDC, D. José Antonio Varela González, elaborou un primeiro cuestionario, adaptado á realidade das funcións específicas do TGDC, que foi utilizado na enquisa do ano 2006. Este cuestionario, para a enquisa do 2007, foi adaptado ás características das empresas comerciais. Para o estudo actual foi reelaborado de novo.

Unha vez aprobada a realización do estudo de campo polo Pleno do TGDC, este fixo unha oferta pública. Unha vez avaliadas as propostas, foi asignado ao Instituto Sondaxe, S.L. A ficha técnica da enquisa realizada é a seguinte:

- *Tamaño mostral: 812 entrevistas efectivas.*
- *Erro de mostraxe: Cun nivel de confianza del 95,5% (dous sigmas) e  $P=Q=50\%$  como hipótese máis desfavorable, o erro máximo admitido para o conxunto da mostra é de  $\pm 3.53\%$ .*
- *Universo: O universo do estudo estaba constituído polas empresas localizadas en Galicia non comerciais (exclúense, por tanto, os epígrafes 51 e 52 do CNAE-93) con máis de 6 traballadores. Como referencia utilizouse o Directorio de Empresas e Unidades locais que o Instituto Galego de Estatística actualizou a 1 de xaneiro de 2007. Unha vez disposta a mostra, cara á obtención dos datos de localización de cada unha das potenciais empresas informantes, a fonte*

*utilizada foi o Directorio Ardán, no que constaban 6.425 empresas nos epígrafes CNAE de interese.*

- ***Afixación:** Polietápica, proporcional segundo a actividade da empresa en primeira fase; aleatoria para a selección da empresa utilizando como fonte a base de datos Ardán do ano 2008.*
- ***Selección mostral:** Realizada de forma aleatoria afixada proporcionalmente por tamaño e sector tendo en conta criterios de representatividade provincial.*
- ***Recollida de información:** Telefónica asistida por computador (sistema CATI).*
- ***Período de enquisa:** A data de comezo do traballo de campo foi o 17 de novembro de 2008, rematando o 27 do mesmo mes. A duración media da enquisa foi de 13.5 minutos, aínda que nun 25% das entrevistas realizadas superou os 17 minutos.*

O tratamento dos datos recollidos e a elaboración de conclusións foi realizada polo presidente do propio Tribunal.

#### 4. Resumo executivo

Neste apartado recóllense dun xeito sintético as principais conclusións derivadas da análise dos datos. Para elo a exposición organízase en tres grandes apartados: percepcións sobre a frecuencia coa que se producen condutas relacionados coa competencia nos mercados; valores e percepcións sobre a defensa da competencia; e coñecemento das institucións e das normas de defensa da competencia.

Débese indicar que, na mostra utilizada, os sectores que contan cun maior número de empresas son, por este orde: construción; industria manufactureira; sector inmobiliario; hostalería; e transporte. Cada un destes sectores participa na mostra cunha porcentaxe superior ao 5%.

O sector de pertenza da empresa é importante pois a frecuencia dalgunhas das condutas examinadas e algunhas avaliacións dos entrevistados varían segundo o cal sexa o sector no que a empresa opera.

Antes de comezar coa exposición, resulta relevante sinalar que, dada a data de recollida da información (novembro–decembro), os datos incorporan avaliacións influídas polo efecto da crise económica nos mercados. Isto evidénciase na opinión da maioría dos responsables das

empresas entrevistadas, que consideran que a situación do seu mercado é de declive (50,5%). Esta percepción é máis negativa nos sectores da construción e do transporte.

#### **4.1. Sobre a frecuencia coa que se producen determinadas condutas relacionadas coa competencia nos mercados**

1. Das 20 condutas consideradas, en xeral, os entrevistados opinan que son moi infrecuentes, xa que a meirande parte das mesmas acada unha media superior a 3 (que indica que ocorre moi raramente). Soamente tres proposicións teñen medias por baixo dese valor, aínda que moi preto do mesmo:

- fixación de prezos por baixo dos custos (2,66),
- actuación de empresas ilegais/non autorizadas (2,94),
- concesión de axudas ou subvencións públicas que favorecen a unhas empresas fronte a outras competidoras (2,96).

As dúas primeiras destas tres proposicións xa aparecían entre as condutas máis frecuentes na enquisa realizada no 2006. Aínda que a primeira delas é, en moitos casos, difícil de probar, a erradicación das empresas ilegais non debería selo tanto.

2. No outro extremo, entre as prácticas menos frecuentes sitúanse os acordos entre empresas competidoras para limitar (ou controlar) o desenvolvemento técnico, que acadan unha media de 3,72 (4 significa que tal conduta se percibe que non ocorre nunca). Tamén son percibidas como moi infrecuentes as seguintes condutas:

- acordos entre empresas para repartirse as fontes de aprovisionamento (3,70),
- incorporación de cláusulas nos contratos a fin de inducir aos clientes do distribuidor de que non merque produtos que compitan cos seus (3,68),
- acordos entre empresas para participar dun xeito fraudulento nunha puxa ou licitación pública (3,66).

3. Entre as condutas problemáticas relacionadas coa competencia que os entrevistados indicaron dun xeito espontáneo, as que semellan máis significativas son:

- empresas ilegais que non son pechadas,
- desleixo das Administracións Públicas,
- concesións administrativas as mesmas empresas,
- pagos retardados durante moito tempo polas Administracións,
- competencia desleal dende as fundacións, ONGs, universidades e Administracións Públicas,
- desprotección da propiedade intelectual,
- irregularidades en contratos laborais,
- importacións asiáticas,
- axudas ás empresas grandes,
- poder de negociación das grandes empresas,
- excesiva regulación da actividade profesional.

4. Entón, a valoración xeral dos responsables de PEMES non comerciais galegos é que existen condutas que limitan a competencia pero a súa frecuencia non é moi elevada.

5. Aínda que situado entre as condutas que se citan como menos frecuentes, o feito de que os acordos de fixación de prezos entre empresas sexan considerados frecuentes no seu sector polo 9,6% das empresas entrevistadas, e que os acordos entre empresas competidoras para repartirse o mercado o sexa polo 8,0%, indica a necesidade de investigar estas prácticas, de elevada gravidade dende o punto de vista da competencia.

6. A crenza dos entrevistados sobre a frecuencia con que ocorren acordos de fixación de prezos entre empresas amosa unha forte correlación coa frecuencia con que se dan outras condutas restritivas da competencia; en outras palabras, cando un responsable empresarial considera que existen acordos de prezos tamén tende a crer que existen acordos para repartirse o mercado, acordos para limitar o progreso técnico, imposición do prezo de venda por subministradores ou distribuidores, fixación de prezos por unha empresa dominante co obxectivo de expulsar del mercado as súas rivais e fixación de prezos abusivos para os consumidores como consecuencia da posesión por

algunha empresa dunha posición de dominio no mercado. Pódese falar, pois, dun certo efecto “*halo*” nas respostas dos entrevistados.

7. Os responsables empresariais que perciben máis condutas problemáticas dende a perspectiva da competencia son os que operan no sector do transporte. A súa percepción é significativamente diferente, e máis negativa, nos seguintes comportamentos:

- actuación de empresas ilegais/non autorizadas,
- fixación de prezos por baixo dos custos,
- acordos de fixación de prezos entre empresas rivais,
- imposición do prezo de venda por parte dos subministradores ou dos distribuidores,
- fixación de prezos por unha empresa dominante co obxectivo de expulsar do mercado a súas rivais,
- negativa inxustificada a satisfacer as demandas de compra de produtos ou servizos,
- recomendacións das asociacións de empresas do sector de incrementar o prezo,
- as empresas fabricantes fixan un prezo de venda aos distribuidores,
- establecemento pola Administración Pública de condicións que limitan inxustificadamente a participación dalgunhas empresas nos contratos públicos.

8. Outros sectores que teñen diferenzas significativas co resto en algunha conduta, son: o sector inmobiliario e o sector da construción. As diferenzas prodúcense nos seguintes comportamentos:

- actuación de empresas ilegais/non autorizadas: sector inmobiliario,
- as empresas fabricantes dos produtos fixan un prezo de venda aos distribuidores: sector da construción,
- establecemento pola Administración Pública de condicións que limitan inxustificadamente a participación dalgunhas empresas nos contratos públicos: sector inmobiliario e sector da construción.

9. Aínda que as condutas consideradas percíbense como pouco frecuentes, arredor da metade dos entrevistados (54,1%) sinala que dificultan moito ou bastante a existencia dunha competencia xusta no mercado, mentres que a outra metade (45,9%) opina que dificultan pouco ou nada a competencia.

10. En termos semellantes se pronuncian os entrevistados sobre se as condutas consideradas dificultan a entrada de novas empresas no mercado, xa que de novo unha metade (49,7%) sinala que a dificulta moito ou bastante, mentres que a outra metade (50,3%) opina que tales

condutas dificultan pouco ou nada a entrada de novas empresas no mercado.

11. Polo que se refire á evolución da ocorrencia das condutas limitadoras da competencia no último ano, a meirande parte dos entrevistados cre que a súa frecuencia non se modificou sensiblemente (67,7%). Os que pensan que tales prácticas aumentaron (27,0%) superan en algo máis de 20 puntos ós que opinan que diminuíron (5,0%).

#### **4.2. Sobre valores relativos á defensa da competencia**

12. Das 12 proposicións relativas a valores e percepcións sobre a competencia dos entrevistados, as que acadan un maior acordo (por riba de 3) son soamente dúas:

- é importante que existan órganos que defendan a libre competencia nos mercados (3,64),
- as empresas de meu sector teñen prezos semellantes como consecuencia das condicións de competencia, non porque existan acordos entre elas (3,30).

13. Polo contrario, nas que o desacordo coa proposición é maior (por baixo de 2,5), son as seguintes:

- as sancións ás empresas que infrinxen a lei de defensa da competencia son excesivas (2,04),
- a miña empresa sofre unha competencia inxusta por causa das axudas públicas concedidas ás empresas rivais (2,22),
- non se deberían prohibir os acordos de fixar prezos e outras condicións comerciais entre empresas do mesmo sector (2,25),
- coñezo bastante ben a normativa sobre defensa da competencia (2,42),
- a información que necesitan as empresas para cumprir coa lexislación de defensa da competencia é fácil de entender (2,45),
- se houbera máis competencia no sector, a miña empresa tería problemas para sobrevivir (2,45),
- paréceme correcto que as empresas que dispoñen de poder de mercado o utilicen para lograr os seus obxectivos (2,45).

14. As proposicións nas que existen diferenzas significativas entre un sector e os restantes son as seguintes:

- coñezo bastante ben a normativa sobre defensa da competencia: as empresas do sector do transporte están máis en desacordo,
- as sancións ás empresas que infrinxen a lei de defensa da competencia son excesivas: as empresas do sector do transporte están máis de acordo,

– as empresas de meu sector teñen prezos semellantes como consecuencia das condicións de competencia, non porque existan acordos entre elas: as empresas do sector do transporte están máis en desacordo.

– páreceme correcto que as empresas que dispoñen de poder de mercado o utilicen para lograr os seus obxectivos: as empresas do sector da hostalería están máis de acordo.

15. Existen diferenzas entre as respostas das empresas segundo o seu tamaño nas seguintes proposicións:

– a información que necesitan as empresas para cumprir coa lexislación de defensa da competencia é fácil de entender: as empresas máis pequenas están menos de acordo.

– un aumento no grao de competencia nos mercados galegos melloraría a competitividade das empresas galegas: as empresas máis pequenas están máis en desacordo.

– é importante que existan órganos que defendan a libre competencia nos mercados: as empresas máis pequenas e as máis grandes están máis de acordo coa proposición que as situadas no intervalo medio.

16. Existe unha idea xeneralizada de que a regulación no mercado é suficiente para que exista unha competencia xusta e libre.

17. A meirande parte dos entrevistados cre que as sancións ás empresas que infrinxen a lei de defensa da competencia non son excesivas e, polo tanto, que resultan axeitadas. Tamén a maioría (64,4%) opina que ás empresas lles resulta doado vulnerar a lei de defensa da competencia con impunidade. Esta porcentaxe, que coincide exactamente coa acadada no estudo do 2006, indica a relevancia de asumir un enfoque proactivo na procura das condutas ilícitas neste ámbito.

18. Na cuestión relativa aos acordos de prezos entre empresas competidoras é salientable a existencia dunha porcentaxe non desprezable (41,9%) de empresarios que non avalían negativamente tales acordos.

19. Se se compara o resultado anterior co acadado para esta mesma cuestión no estudo do 2006, é salientable o incremento producido: do 32,8% de responsables empresariais que non avaliaban negativamente tales acordos se pasa, en 2008, a un 41,9%. Este resultado pon de manifesto a importancia de desenvolver un esforzo orientado a mudar esta cultura, xa que os acordos de prezos entre empresas competidoras constitúen unha das condutas máis graves entre as que restrinxen a competencia. Se non existe unha avaliación negativa sobre a mesma, a

probabilidade de que os acordos se produzan incrementábase notablemente.

20. Algo parecido ao anterior acontece cando se considera a utilización polas empresas do seu poder de mercado para acadar os seus obxectivos, xa que tamén neste caso unha porcentaxe non desprezable de empresarios (51,6%) non avalía negativamente esta conduta. Neste punto o incremento respecto da porcentaxe de 2006 (26,2%) resulta aínda máis significativo.

21. O anterior resultado semella, non entanto, contraditorio co feito de que as empresas entrevistadas sexan pequenas e medianas. Se ben reforza a avaliación non negativa dos acordos, tamén se podería interpretar no sentido de que os entrevistados consideran que deben ter liberdade case absoluta na toma de das decisións empresariais.

22. As porcentaxes de arredor dun 45% de entrevistados cuns valores e unha cultura non favorable a competencia nos mercados –derivada das consideracións dos dous puntos anteriores– vese reforzada co dato de que o 31,0% dos entrevistados non relaciona o respecto das normas de defensa da competencia co incremento da competitividade das empresas. Malia este grupo, a maioría dos empresarios consultados (69,0%) manifesta estar bastante/moi de acordo coa proposición de que

un aumento no grao de competencia nos mercados galegos melloraría a competitividade da súa empresa.

23. A valoración negativa sobre a competencia ven, evidentemente, do temor dos entrevistados a que a rivalidade afecte á supervivencia da súa empresa. Neste sentido, o 49,0% indica que unha maior rivalidade lle podería xerar problemas importantes (43,9% no estudo do 2006). Estes efectos negativos son subliñados polo 25,1% dos entrevistados que responderon a esta cuestión. Esta porcentaxe dobra a existente no ano 2006, que era do 12,1%

24. Un aspecto relevante para os novos órganos de defensa da competencia de Galicia é a relativa ao grao de importancia asignada polos empresarios á existencia de institucións que defendan a competencia. Débese subliñar que o 85,9% dos entrevistados responderon mostrando o seu acordo coa proposición: “É importante que existan órganos que defendan a competencia nos mercados”. Esta porcentaxe supón unha diminución respecto da cifra acadada no ano 2006, que foi o 89,8%, que pode ser interpretada como o resultado do aumento da tendencia proteccionista derivada do temor ante a crise.

25. No que atinxe ás axudas públicas, a maioría dos entrevistados que responderon a esta pregunta non cre que as subvencións prexudiquen a súa empresa, se ben existe un 22,4% que indica que a súa empresa sofre

unha competencia inxusta por causa de tales axudas (25,1% no estudo de 2006).

#### **4.3. Grao de notoriedade dos órganos de defensa da competencia.**

26. O coñecemento da normativa de defensa da competencia, aínda que segue a ser limitado, xa que só o 13% di ter un bo coñecemento da mesma, amosa un forte medre cando esta porcentaxe se compara coa obtida no estudo do 2006, en que só acadaba o 3%.

27. O 61,3% dos empresarios consultados coñecía a existencia do Tribunal de Defensa da Competencia da Administración Xeral do Estado (actual Comisión Nacional da Competencia). Entón, malia os anos de existencia dese organismo, algo máis dun terzo dos entrevistados segue sen coñecer a súa existencia. Porén, tamén nesta porcentaxe se identifica un crecemento, pois no estudo do ano 2006, só un pouco máis da metade dos empresarios galegos coñecía a súa existencia.

28. Antes do contacto co galo da enquisa, o 33,7% dos empresarios consultados coñecía que en Galicia existía xa un tribunal con funcións no ámbito da competencia a nivel autonómico. A esta porcentaxe engádese un 17,5% dos entrevistados aos que lle soa algo a súa existencia. A suma destas dúas porcentaxes fai que o TGDC sexa recoñecido por arredor da metade dos operadores entrevistados (51,2%).

No estudo do ano 2006, a porcentaxe de entrevistados que informaba de que coñecía que en Galicia existía xa un tribunal autonómico era do 31,9%.

29. O coñecemento da existencia do Tribunal Galego de Defensa da Competencia non varía significativamente segundo ningún dos descritores considerados: sector de actividade, provincia, tamaño das empresas e outros. Asíciase, como semella lóxico, co coñecemento do órgano da Administración Xeral do Estado.

30. Tamén ten interese identificar o grao de coñecemento das funcións e tarefas do TGDC por parte dos empresarios galegos. Posto que aqueles que non coñecían a súa existencia dificilmente poderían coñecer as súas funcións, a pregunta relativa a esta materia só se fixo a aqueles que indicaron que coñecían previamente a existencia do organismo. Neste marco, o 51,0% indicou ter un coñecemento elevado ou regular das funcións do Tribunal, se ben a meirande parte deles sinalaba un coñecemento regular.

31. Na sociedade actual, a páxina web é un medio de informar e dar a coñecer a existencia e tarefas das organizacións. Aínda que a finais do ano 2005 foi accesible á cidadanía a páxina web do Tribunal Galego de Defensa da Competencia, soamente o 9,9% (41) dos entrevistados que indicaron que coñecían previamente a existencia do TGDC visitaron a súa

páxina web. Se ben este número é moi reducido supón un incremento significativo respecto do 6,3% acadado no estudo do ano 2006.

32. O grao de coñecemento das funcións e tarefas do TGDC asóciase significativamente coa consulta da súa páxina web; por tanto, pódese inferir que a páxina web do Tribunal ademais de favorecer o coñecemento da súa existencia e da problemática da competencia, tamén axuda a mellorar o coñecemento das funcións e tarefas do organismo.

33. Xa para rematar cómpre informar sobre a importancia asignada á defensa da competencia en Galicia polos entrevistados. Esta cuestión foi respondida por 803 dos 812 responsables empresariais e nunha porcentaxe moi elevada estes indicaron que a consideran “moi importante” (41,4%) ou “bastante importante” (49,8%). Soamente o 1,6% opina que é “nada importante”. Respecto do ano 2006, as variacións, aínda que amosan unha redución da importancia desta temática, son moi cativas, xa que nese ano indicaron que a consideraban “moi importante” o 44,3%, “bastante importante” o 49,5%, e “nada importante” o 0,9%.

34. A valoración sobre a importancia da defensa da competencia en Galicia non varía significativamente segundo o sector de actividade, a antigüidade, a situación do mercado ou o tamaño da empresa.

35. A importancia da defensa da competencia en Galicia vese tanto máis relevante canto maior (correlación positiva e significativa [ $p < .05$ ]) é a frecuencia percibida da existencia de:

- acordos entre empresas para repartirse as fontes de aprovisionamento (.171).
- fixación de prezos abusivos para os consumidores como consecuencia da posición de dominio dunha empresa (.131).
- establecemento pola Administración Pública de condicións que limitan inxustificadamente a participación dalgunhas empresas nos contratos públicos (.127).
- negativa inxustificada a satisfacer as demandas de compra de produtos ou servizos (.122).
- a actuación de empresas ilegais/non autorizadas (.119).
- imposición do prezo de venda por parte dos subministradores ou dos distribuidores (.117).

36. En conclusión, aínda que a situación de crise indica un aumento en algunhas tendencias proteccionistas e unha pequena diminución da importancia asignada á defensa da competencia, os responsables de PEMES non comerciais galegas seguen mantendo unha crenza xeral sobre a importancia de protexer os mercados das condutas anticompetitivas e garantir neles unha competencia efectiva.

