

“Cultura da competencias nas pemes galegas”.

José Antonio Varela González. Presidente do TGDC.

**Artigo publicado o domingo, 27 de xaneiro de 2008 no suplemento
Mercados de “La Voz de Galicia”**

O Segundo parágrafo da exposición de motivos da recente lei 15/2007, do 3 de xullo, de Defensa da Competencia, di textualmente: “Existe un acordo xeneralizado con respecto á crecente importancia da defensa da competencia, que se consolidou como un dos elementos principais da política económica na actualidade”.

Este parágrafo supón unha aceptación expresa da capacidade da competencia efectiva entre as empresas para mellorar a produtividade dos factores e a competitividade xeral da economía. Mais, ¿están as pemes galegas de acordo con esta afirmación? ¿cal é a cultura de competencia dos seus responsables?

Para coñecer este, e outros aspectos, o Tribunal Galego de Defensa da Competencia (TGDC) realizou un estudo das percepcións da competencia nas pequenas e medianas empresas galegas (551 entrevistados). Neste estudo formulábanse dúas preguntas sobre os acordos de prezos entre empresas competidoras, conduta que seguramente constitúe a práctica máis grave entre as que restrinxen a competencia e que, por iso, é perseguida polas autoridades de competencia de todos os países desenvolvidos.

Parece axeitado considerar que o grao de coñecemento de que tales acordos entre empresas competidoras constitúen un ilícito competitivo e a súa valoración negativa son indicadores fiables da cultura de competencia existente nunha determinada comunidade.

Respecto do coñecemento, unha porcentaxe non desprezable dos responsables das pemes galegas (29,8%) indicaba que non sabía que os acordos de fixación de prezos entre empresas competidoras constituían un ilícito competitivo. Pola súa banda, no relativo á avaliación que realizaban de tales acordos, é salientable a existencia, de novo, dunha porcentaxe significativa (32,8%) que non os avalía negativamente.

Á vista destes resultados parece evidente a necesidade de desenvolver neste eido actuacións de información e de sensibilización orientadas a dar a coñecer os prexuízos dos acordos de prezos. Se non existe unha

avaliación negativa sobre esta conduta entre os responsables empresariais e, ademais, non se coñece que tal conduta constitúe unha práctica ilícita, a probabilidade de que tales acordos se produzan increméntase notablemente, cos seus efectos negativos sobre o benestar dos consumidores e a competitividade das empresas.

Unha posible explicación da valoración non negativa dos acordos de prezos por case un terzo das pemes galegas é o seu temor a non ser capaces de superar os retos continuos que xera a competencia, é dicir, a que a rivalidade teña un efecto negativo na súa supervivencia. Neste sentido, o 43,95 dos entrevistados indica que unha maior rivalidade lle podería xerar problemas importantes; este efecto negativo é resaltado polo 12,1%.

O feito de que arredor dun 30% de responsables de pemes galegas asuman valores que denotan unha cultura non favorable á competencia efectiva nos mercados vese reforzada co dato de que o 30,6% dos entrevistados non relacione o respecto das normas de competencia co incremento da competitividade das empresas. Neste punto débese subliñar que todas as modernas teorías do management remarcan a importancia dos intanxibles no logro de vantaxes competitivas polas empresas e, que neles, as diversas dimensións da cultura organizativa -entre elas, a súa valoración da competencia- teñen un papel moi relevante.

Que exista un número significativo de responsables empresariais galegos con actitudes non favorables á competencia, non nos debe facer esquecer que a meirande parte dos consultados (69,4%) se manifesta bastante/moi de acordo coa proposición de que un aumento no grao de competencia nos mercados galegos melloraría a competitividade das empresas, o que resulta esperanzador xa que, como tantas veces se ten dito, “para ser competitivo hai que competir” ou tamén “só competindo poden as empresas ser competitivas”.