

**INFORME SOBRE EL ESTUDIO DE
PERCEPCION DE LA COMPETENCIA
ENTRE LAS EMPRESAS DE LA
COMUNIDAD VALENCIANA**

JULIO 2009

Contenido

INTRODUCCIÓN	3
OBJETIVOS DEL ESTUDIO	4
METODOLOGIA Y RESULTADOS DEL ESTUDIO	4
CONCLUSIONES Y ACTUACIONES A LLEVAR A CABO	6

INTRODUCCIÓN

La reciente creación y puesta en marcha del TDCCV, y los cambios producidos durante los últimos años sobre el enfoque de la política de competencia, tanto a nivel europeo como nacional, junto a una escasa cultura en materia de competencia y el desconocimiento de su regulación en España, son hechos conocidos que no facilitan la labor de las autoridades de la competencia y, en nuestro caso, la del TDCCV.

Para tener un mejor conocimiento de la percepción de la competencia en la Comunidad Valenciana y afrontar con éxito las funciones que la normativa le confiere, el TDCCV se ha planteado la realización de una serie de estudios que de forma empírica aporten datos objetivos para poder orientar más acertadamente las actividades del Tribunal y refuercen las líneas de actuación previstas.

En este sentido, el Tribunal decidió, en su sesión plenaria del 5 de marzo, encargar la elaboración de un estudio (formato encuesta) para conocer la percepción de los asuntos relacionados con la actividad del TDC entre las empresas valencianas y, a tal efecto, se acordó abrir un procedimiento competitivo para la selección de la empresa a adjudicar dicho trabajo que concluyó con la selección de GfK-Emer.

Los resultados definitivos de dicho trabajo fueron entregados al TDC con fecha 7 de julio, procediendo posteriormente, el Pleno del TDC, a realizar el presente informe que tiene como misión sintetizar las cuestiones más relevantes del estudio y valorar las mismas en un apartado final de conclusiones y de actuaciones para mejorar la percepción de la competencia entre las empresas valencianas y, con ello, los efectos positivos que una mejora del panorama competitivo tiene sobre el empleo, la innovación, la renta y el bienestar de los ciudadanos.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El Estudio establece los siguientes objetivos para conocer la percepción general que las empresas de la Comunidad Valenciana tienen sobre la competencia:

- El nivel de conocimiento del concepto de competencia y la percepción de las empresas sobre las conductas anticompetitivas.
- El grado de conocimiento de la normativa de defensa de la competencia.
- El nivel de conocimiento de las normas autonómicas y de la gestión de la Generalitat Valenciana en relación a la defensa de la competencia.
- La notoriedad de los organismos responsables de velar por la defensa de la competencia, y el grado de conocimiento y la imagen del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad Valenciana.

METODOLOGIA Y RESULTADOS DEL ESTUDIO

La Metodología empleada por GfK-Emer para realizar la encuesta se ha basado en entrevistas telefónicas (CATI), a responsables de empresas valencianas, sobre un sistema de muestreo por cuota fija a nivel provincial (Castellón, Valencia y Alicante), por tramos de empleados (de 1 a 9, de 10 a 49 y más de 50) y por sectores de actividad (Industria, Construcción y Transporte, Comercio y otros servicios) y ponderado en base al DIRCE, facilitado por el INE a fecha 1/1/2008. El trabajo de campo se realizó del 7 al 15 de mayo de 2009 y el error muestral es de un + 5,6% dentro de un intervalo de confianza del 95,5%, siendo $p=q=50\%$.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

- Sobre el nivel de conocimiento del concepto de la competencia y la percepción de las empresas de las conductas anticompetitivas.

- El 86% de los empresarios afirma que al menos en alguna situación se producen conductas anticompetitivas con mucha frecuencia

- El 67% de los consultados opina que un aumento de la competencia mejoraría la competitividad de la Comunidad Valenciana.

- Las situaciones que más se relacionan con conductas anticompetitivas, ó que inciden en la competencia, son las relacionadas con la publicidad engañosa, la actividad de empresas ilegales, la fijación de precios, los aspectos contractuales y las ayudas y subvenciones públicas.

- Los elementos que mejor definen el concepto de competencia en el ámbito empresarial son los aspectos relacionados con el precio, la calidad de los productos, el buen servicio y la atención al cliente y la mejora de la competitividad.

- Sobre el grado de conocimiento de la normativa de defensa de la competencia.

- El 90% no conoce la normativa de defensa de la competencia

- El 88% encuentra dificultad para acceder a la normativa de defensa de la competencia

- Un 56% entiende que resulta fácil vulnerar la legislación de defensa de la competencia.

- Sólo el 30% entiende que son excesivas las sanciones ante infracciones de la ley de defensa de la competencia

- Sobre el nivel de conocimiento de las normas autonómicas y de la gestión de la Generalitat Valenciana en relación a la Defensa de la Competencia.

- El 86% no conoce la gestión de la Generalitat Valenciana en relación a la defensa de la competencia.

- Sobre la notoriedad de organismos responsables de velar por la defensa de la competencia, y el grado de conocimiento y la imagen del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad Valenciana.

- El 90% no conoce los organismos de defensa de la competencia y un 10% confunde organismos de la competencia con otros que no tienen nada que ver con la defensa de la competencia.

- El 98% desconoce las funciones del Tribunal de Defensa de la Competencia.

- El conocimiento del Tribunal de Defensa de la Competencia es muy escaso, sólo de forma sugerida el 28% lo reconoce y especialmente entre las grandes empresas.

- Casi el 100% considera importante que existan órganos de defensa de la competencia

CONCLUSIONES Y ACTUACIONES A LLEVAR A CABO

Analizados los resultados del estudio se pueden destacar las siguientes conclusiones:

1.- Existe un desconocimiento generalizado de la normativa en materia de defensa de la competencia, el 90% de los encuestados muestran un conocimiento regular o malo en dicha materia.

2.- No se conocen los organismos encargados de velar por la defensa de la competencia, el 90% de las empresas preguntadas no conocen a ninguna entidad que defiende la competencia, y el otro 10% cita diferentes entidades que no se dedican propiamente a estas cuestiones.

3.- Respecto al conocimiento del Tribunal de Defensa de la Competencia, ocurre lo mismo, el 96% de las empresas desconoce el nombre del organismo que defiende la competencia en la CV. Cuando se sugiere el nombre del TDC, el 28% si lo recuerda, y a la pregunta de si han acudido alguna vez al TDC, el 99% contesta negativamente.

4.- Sin embargo, cuando se pregunta por el conocimiento de conductas anticompetitivas, el 86% contesta que se producen con mucha frecuencia, aunque las situaciones que citan en los primeros lugares son las menos relacionadas directamente con conductas tipificadas legalmente como anticompetitivas, lo que es absolutamente lógico y coherente con el desconocimiento de la normativa.

5.- Por otra parte, al desconocimiento de los órganos de defensa de la competencia se contraponen la respuesta que estima importante su existencia, el 94% contestan en este sentido, sólo el 5% dice que no estima su importancia, y el 1% no sabe/no contesta.

6.- Desde el punto de vista provincial, Alicante presenta porcentajes significativamente superiores en cuanto a la elevada frecuencia con la que se producen determinadas actuaciones anticompetitivas en el mercado

7.- Desde el punto de vista sectorial, el sector de la Construcción y el del Transporte perciben de manera más significativa la alta frecuencia con la que se dan este tipo de situaciones, más concretamente en asuntos relacionados con los precios, la actividad de empresas ilegales y los contratos en términos confusos.

8.- Según el tamaño de las empresas se percibe un mayor conocimiento de algunos aspectos relacionados con la competencia en el ámbito de las grandes empresas, por ejemplo, en el conocimiento de los organismos responsables de velar por la defensa de la competencia.

En general, es importante destacar, (i) la preocupación por la existencia de conductas anticompetitivas (86%), y el interés y la necesidad de la existencia de órganos que defiendan la competencia (94%). (ii) El alto nivel de desconocimiento de la normativa de defensa de la competencia (90%), así como la falta de notoriedad del TDC, que se puede considerar normal en un organismo de reciente creación. (iii) El estudio demuestra, claramente, la necesidad de difundir la cultura de la competencia, la legislación básica en materia de competencia, y las funciones del TDC, así como, animar a las empresas a que utilicen los servicios del Tribunal, lo que supone reforzar las actuaciones previstas en materia de promoción de la competencia:

- 1.- Divulgación y difusión de la existencia del TDC y de sus funciones (presentaciones institucionales y comunicación social)
- 2.- Celebración de seminarios, jornadas y cursos sobre aspectos de la competencia
- 3.- Elaboración de estudios sectoriales de mercados.
- 4.- Elaboración de informes sobre regulación

- 5.- Elaboración de guías de buenas prácticas
- 6.- Máxima colaboración institucional (administraciones públicas, universidades, operadores económicos, asociaciones de consumidores y usuarios)
- 7.- Desarrollo de programas de formación sobre la competencia

NOTA: Se adjunta como anexo una síntesis de los principales cuadros del estudio.

Valencia, 16 de julio de 2009

ANEXO: SÍNTESIS DE LOS PRINCIPALES CUADROS

Estudio de percepción de la competencia entre las empresas de la Comunidad Valenciana

Síntesis



TRIBUNAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA
COMUNITAT VALENCIANA

GfK

Objetivos

2



Conocimiento del concepto de Competencia y percepción de las empresas sobre conductas anticompetitivas



Conocimiento de la Normativa de Defensa de la Competencia



Conocimiento normativo y de la gestión de la Generalitat Valenciana en relación a la defensa de la Competencia



Notoriedad espontánea y sugerida de organismos responsables de velar por la defensa de la competencia y grado de conocimiento del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad Valenciana

Metodología

3

Universo Responsables de empresas de la Comunidad Valenciana

Ámbito Provincias de Alicante, Castellón y Valencia

Tamaño muestral 314 encuestas

Sistema de muestreo Se han distribuido las entrevistas por cuota fija a nivel provincial, tramo de empleados y sector económico

Tipo de entrevista Entrevista telefónica (CATI)

Duración entrevista Duración media de 8 minutos.

Error muestral La muestra obtenida de 314 encuestas supone operar con un error global de $\pm 5,6\%$ considerado dentro de un intervalo de confianza del 95,5%, siendo $p=q=50\%$.

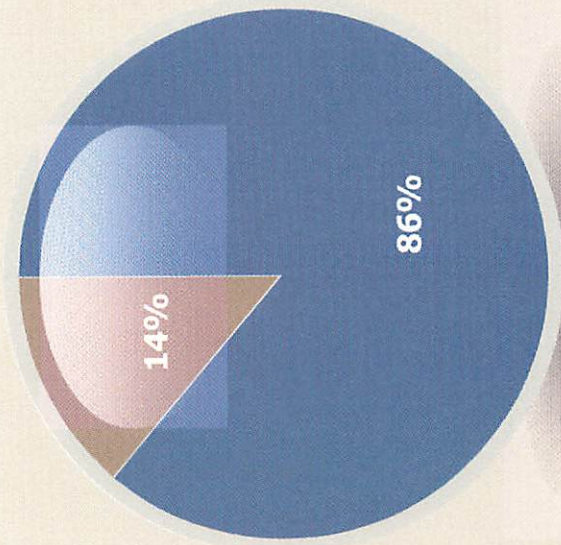
Trabajo de campo Del 7 al 15 de Mayo de 2009.

Presentación de la encuesta

"Buenos días/tardes, soy entrevistador de GfK empresa de Estudios de Mercado y estamos haciendo un estudio para la Generalitat Valenciana sobre la competencia entre el tejido empresarial de la Comunidad Valenciana. Gracias por atenderme."

Conductas Anticompetitivas

4



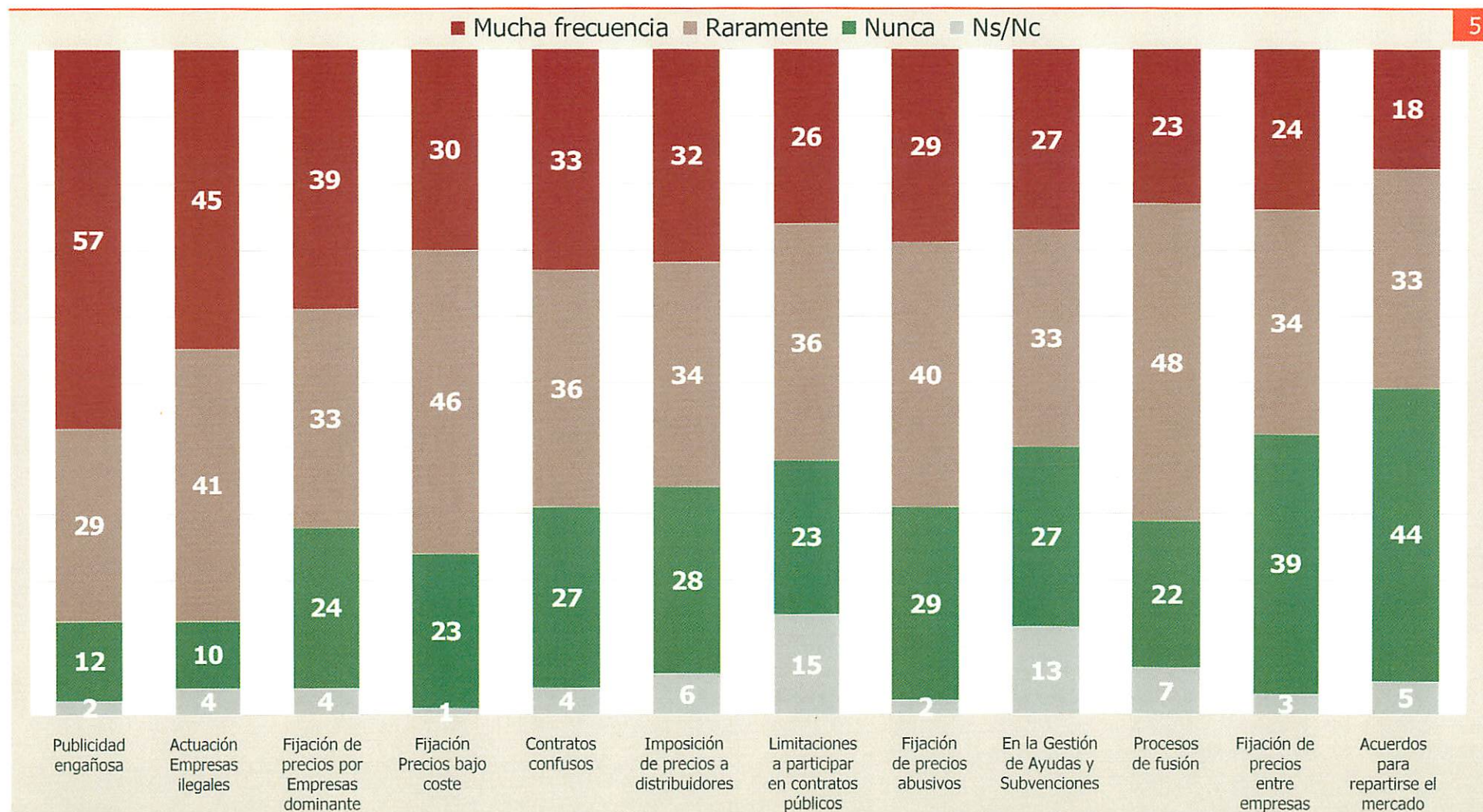
El **86%** de los empresarios afirma que al menos en alguna situación se producen conductas anticompetitivas con **MUCHA**

FRECUENCIA

Base: Total Muestra (314)
Unidad: Porcentaje

P.1. Frecuencia con la que ocurren las siguientes situaciones anticompetitivas

Conductas Anticompetitivas



5

Base: Total Muestra (314)

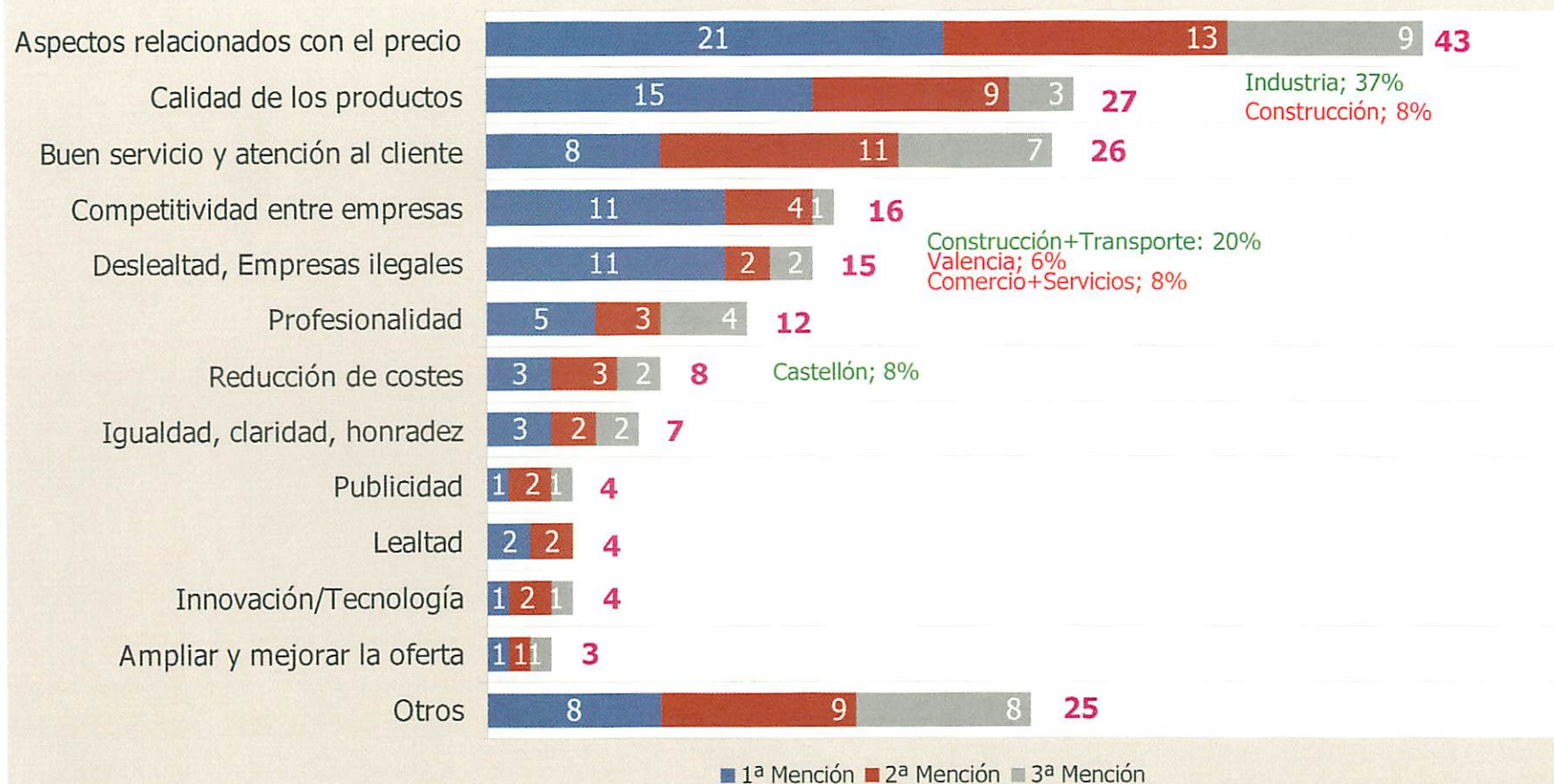
Unidad: Porcentaje

P.1. Frecuencia con la que ocurren las siguientes situaciones anticompetitivas

3 Elementos que mejor definen la competencia en el ámbito empresarial

TOTAL

6



Base: Total Muestra (314)

Unidad: Porcentaje

P.2.- ¿Cuáles son los tres elementos que mejor definen para usted la competencia en el ámbito empresarial?

Ent. Espontánea

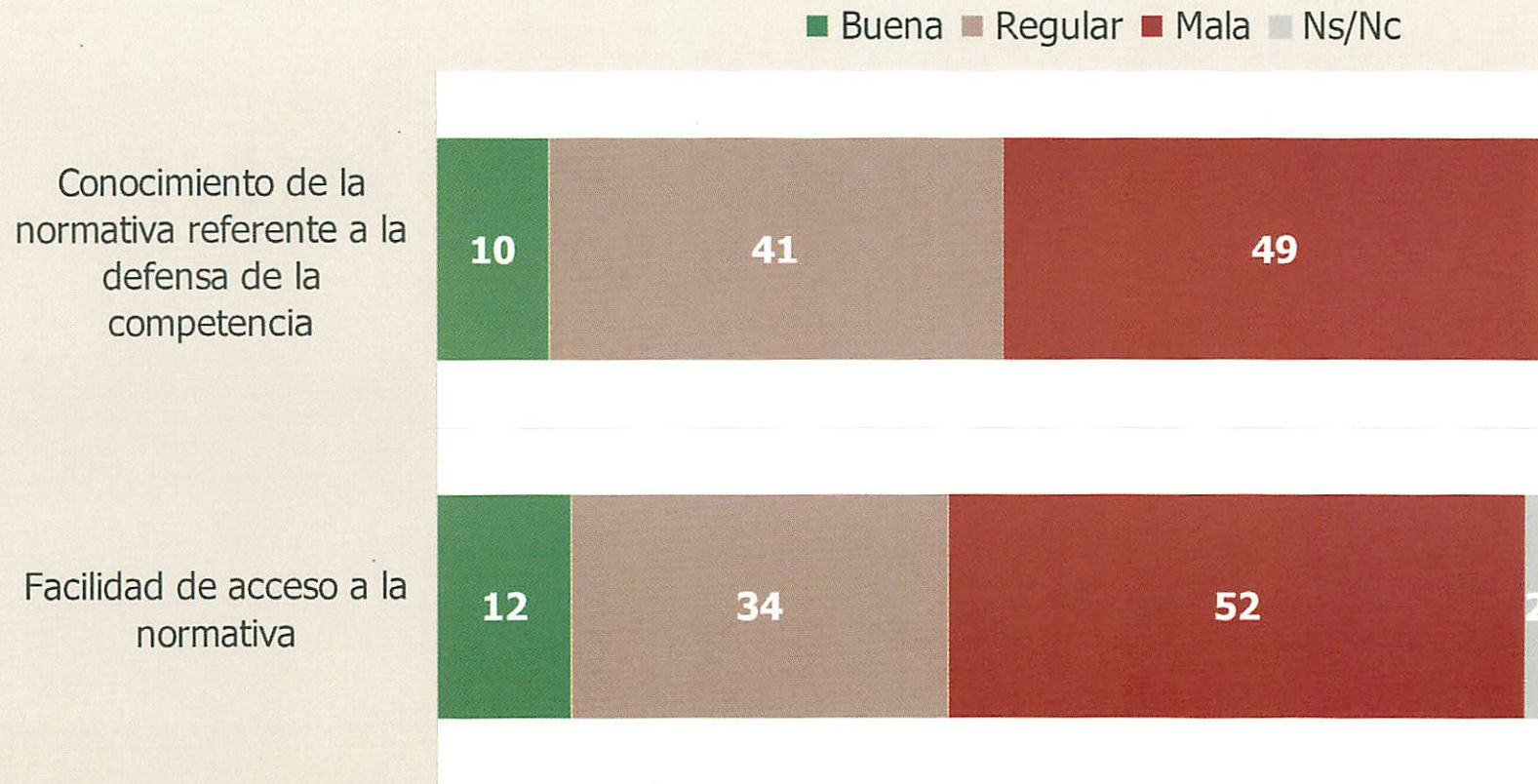
25 Suma de 1ª, 2ª y 3ª mención

Significativamente superior al Total (95%)

Significativamente inferior al Total (95%)

Conocimiento Normativo en materia de defensa de la competencia

7



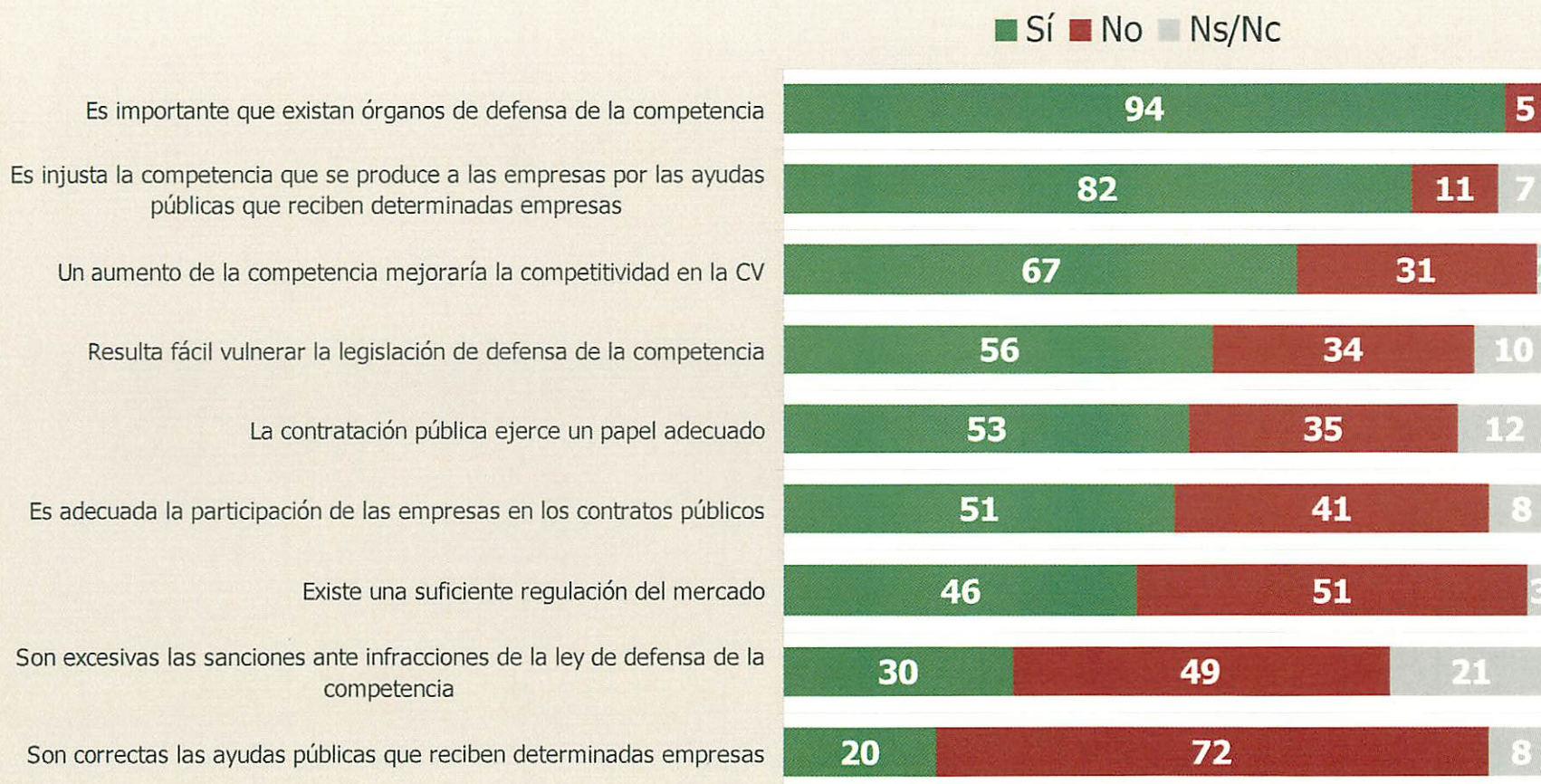
Base: Total Muestra (314)

Unidad: Porcentaje

P.3.A. ¿Podría indicarme en qué medida tiene usted conocimiento de las siguientes afirmaciones?

Conocimiento Normativo en materia de defensa de la competencia

8



Base: Total Muestra (314)

Unidad: Porcentaje

P.3.B. ¿Podría indicarme en qué medida tiene usted conocimiento de las siguientes afirmaciones?

Conocimiento de la Gestión de la Generalitat Valenciana en relación a la defensa de la competencia

9



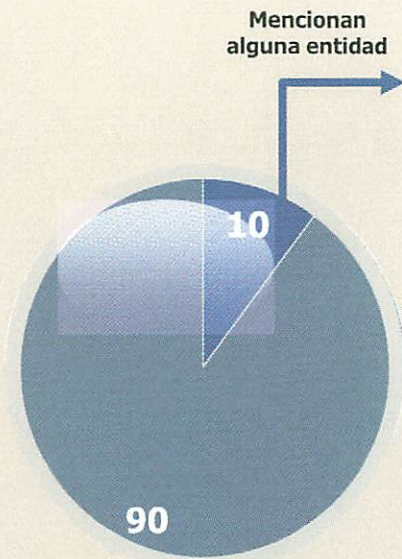
Base: Total Muestra (314)

Unidad: Porcentaje

P.4.- ¿Conoce usted la gestión del Gobierno Valenciano en relación a la defensa de la competencia?

Entidades que defienden la competencia entre empresas en la Comunidad Valenciana

Notoriedad Espontánea



- Defensor de la competencia
- Federación de Empresarios del Metal de la Provincia de Alicante
- Junta de Arbitrajes
- Bancaja
- CAM
- Asociación de usuarios de Bancos (AUSBANC)
- Delegación de enseñanza primaria
- Federación Metalúrgica Valenciana

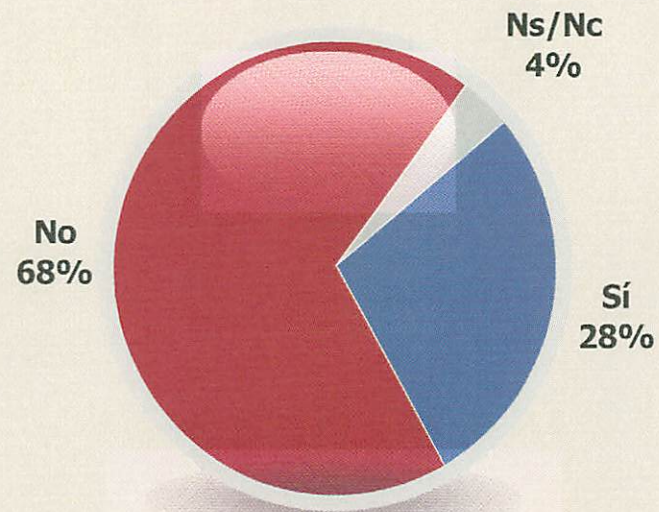
Base: Total Muestra (314)
Unidad: Porcentaje y media

P.5.-¿Sabría decirme usted el nombre de entidades que en la Comunidad Valenciana defienden la competencia entre las empresas?
(ENTREVISTADOR: No sugerir. Totalmente espontáneo. Marcar si menciona alguna de las siguientes)

Notoriedad del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad Valenciana

11

Notoriedad Sugerida

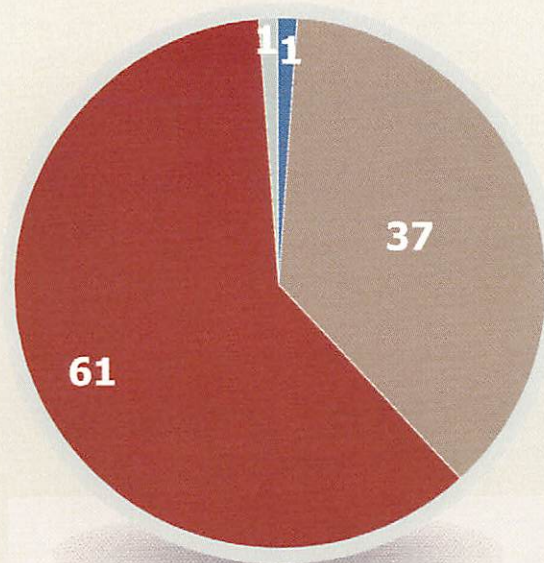


Base: No recuerda TDC en Espontáneo (314)
Unidad: Porcentaje

P.7. En cualquier caso, ¿conoce usted la figura Tribunal de Defensa de la Competencia de la CV?

Conoce las funciones del Tribunal de Defensa de la Competencia

12



- ✓ 1.- Competencia sancionadora
- ✓ 2.- Promoción de la Competencia
- ✓ 3.- Ayudas públicas
- ✓ 4.- Amicus Curiae
- ✓ 5.- Legitimación en procesos contencioso-administrativos
- ✓ 6.- Informe instalación grandes superficies
- ✓ 7.- Concentraciones
- ✓ 8.- Informes para la CNC
- ✓ 9.- Función arbitral

■ Mucho ■ Poco ■ Nada ■ Ns/Nc

Base: Conoce el TDC (88)

Unidad: Porcentaje

P.11. ¿En qué medida conoce usted las funciones que desempeña el Tribunal de Defensa de la Competencia de la CV?

Utilizar Escala Mucho– Poco –Nada.