

Economía y Defensa de la competencia: una visión general

La Política de Defensa de la competencia (PDC), una materia esencialmente económica, se nutre de la Economía, cuya perspectiva es fundamental para definir situaciones, cuantificar efectos, orientar y analizar casos que son objeto de estudio por las autoridades de defensa de la competencia. El artículo examina tres aspectos destacados de la PDC. En primer lugar, se analizan las relaciones entre competencia y economía en las escuelas de pensamiento más relevantes, el paradigma clásico, la escuela neo-clásica y la escuela austriaca. En segundo lugar, se exponen algunas de las aportaciones del análisis económico a la definición y orientación de la PDC. En tercer lugar, se reflexiona sobre la aplicación de varios conceptos económicos y técnicas de análisis al estudio de casos, un campo donde últimamente se están realizando interesantes contribuciones.

«Lehiaren defentsarako politika (LDP), funtsean ekonomikoa den gaia, Ekonomiaz elikatzen da, horren ikuspegia ezinbestekoa baita egoerak definitzeko, eraginak zenbatzeko eta lehiaren defentsarako agintariak ikerketarako helburu dituzten egoerak orientatu eta aztertzeko. Artikuluak aztertu egiten ditu lehiaren defentsarako politikaren garrantzitsuak diren hiru alderdi. Lehenbizi, lehia eta Ekonomiaren arteko harremanak aztertu egiten dira garrantzi handien duten pentsamendu-eskolen bitartez, paradigma klasikoa, eskola neoklasikoa eta Austriako eskola. Bigarrenez, azterketa ekonomikoaren ekarpen batzuk LDPren definizio eta orientabidera azaldu egiten dira. Hirugarrenez, zenbait ekonomia kontzeptu eta azterketa teknika batzuk egoerak aztertzeko aplikatzeari buruzko hausnarketa egiten da. Alor honetan ekarpen interesgarriak egiten ari dira aspaldion».

The Antitrust policy, an essentially economic subject, lives on Economy, and its perspective is fundamental in order to define situations, to quantify effects, to guide and to analyze the cases that are subject of study by the Antitrust authorities. This article examines, first of all, the relationships between competence and economy within the schools of high outstanding thoughts, the classic paradigm, the neoclassic school and the Austrian school. Then, some results of the economic analyses are exposed to the definition and to the orientation of the Antitrust policy. Finally, some reflections are given about the application of different economic concepts and analysis techniques to case studies, a field where interesting contributions are made lately.

ÍNDICE

1. Introducción
 2. Fundamentos económicos de la Política de Defensa de la competencia
 3. Análisis económico, definición y orientación de la Política de Defensa de la competencia
 4. Técnicas analíticas aplicadas al estudio de casos
 5. Conclusiones
- Referencias bibliográficas

Palabras clave: competencia, eficiencia económica, política de competencia, mercado relevante, poder de mercado

N.º de clasificación JEL: D40, C10, L40

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años se viene asistiendo a una creciente importancia de la Política de Defensa de la competencia (PDC), con un reconocimiento cada vez mayor de su trascendencia y de la necesidad de dotar a esta política con medios institucionales, humanos y materiales de la mayor calidad y alcance. Esta tendencia tiene lugar no sólo en España, donde se está llevando a cabo una reforma de la norma básica de defensa de la competencia y una notable descentralización al nivel autonómico, procesos ambos significativos a este respecto, sino también en la Unión Europea y en el resto de mundo. Hoy día, más de cien países han puesto en

marcha sistemas de defensa de la competencia y no pasa mucho tiempo sin que se escuche que un nuevo país desea incorporarse a esa larga lista y crear sus propios órganos y normas de defensa de la competencia.

La clave de ese reconocimiento y de la creciente ampliación de la esfera de influencia de la PDC, hay que buscarla en la aplicación objetiva y transparente de unos principios claros de amparo y protección de la competencia misma, que es tanto como decir de amparo y protección del correcto funcionamiento de los mercados, a medida que se han ido abandonando otras motivaciones más relacionadas con efectos políticos de mediano o corto plazo, la protección de grupos económicos más o menos influyentes y otros propósitos para los que la PDC no resulta eficaz, como puede suceder, por ejemplo, con determinados objetivos de política industrial estratégica.

¹ Vocal del Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia y técnico comercial y economista del Estado. Las opiniones vertidas en este trabajo son totalmente personales y no pueden atribuirse en ningún caso al citado tribunal.

Abandonado a sí mismo, el mercado puede producir desigualdad, ineficiencia e incluso un notable menoscabo de los valores sociales más preciados. El poder público debe intervenir para tratar de modificar esos resultados no deseados. La PDC no puede enfrentarse por sí sola a todos esos problemas, ni siquiera es la única medida de política económica para promover la competencia, pero sí es cierto que es una herramienta poderosa para mejorar la eficiencia económica y estimular un buen funcionamiento de los mercados si se aplica con criterios de independencia, respeto a la legalidad y protección de los intereses económicos generales.

No puede negarse que las decisiones que afectan a la competencia tienen importantes repercusiones políticas, porque, como señala Fernández Ordóñez², dan o quitan poder económico, que muchas veces es también la base del poder político. Sin embargo, lo que se defiende en este artículo es que la política de defensa de la competencia, continuará ganando reconocimiento social, arraigo entre los agentes económicos y resultados apreciables en la medida en que centre sus esfuerzos en la promoción objetiva e independiente de la competencia en los mercados, con el propósito decidido de lograr la máxima eficiencia económica, al margen de consideraciones políticas más o menos circunstanciales.

En este artículo se exploran de un modo sucinto las relaciones entre Economía y la PDC, que son, naturalmente, muy estrechas al ser esta última una política de

naturaleza esencialmente económica, por más que en España esta materia se enfoque casi siempre desde una perspectiva jurídica.

La imbricación del análisis económico, en sus distintas facetas, y la PDC es obviamente enorme y son numerosos los aspectos que podrían contemplarse al respecto. Un tratamiento detenido de cada uno de esos aspectos está fuera de la dimensión y objetivos de este artículo. Lo que se pretende aquí es ofrecer una panorámica de carácter introductorio de los tres campos principales en que se concretan esas relaciones entre Economía y PDC, que, en opinión del autor, son, en primer lugar, los fundamentos económicos de la PDC, en segundo lugar, las aportaciones del análisis económico a la definición y orientación de la PDC, y en tercer lugar, la aplicación de conceptos económicos y técnicas de análisis al estudio de casos prácticos relativos a la competencia.

El primero de esos asuntos, los fundamentos económicos de la PDC remite, en mi opinión, a un estudio de las razones económicas que subyacen en la aplicación de esa política, y a indagar por qué es bueno proteger la competencia, lo cual a su vez nos lleva a un estudio de qué se entiende por competencia y qué papel desempeña en las economías de mercado. Esto es precisamente lo que se hace, de modo necesariamente sucinto, en el apartado 2 de este artículo, donde se presenta una revisión del concepto de competencia en las principales escuelas del pensamiento económico. Del mismo modo, en el apartado 3, se avanzan algunas de las líneas principales en que se centran actualmente las aportaciones del análisis económico a la definición y orien-

² Véase Fernández Ordóñez, M.A. (2000).

tación de la PDC. En el apartado 4, se hacen algunos comentarios sobre la aplicación de varios conceptos y técnicas de análisis económico al estudio de casos, un campo donde últimamente se están realizando interesantes contribuciones. Por último, en el apartado 5 se efectúan algunas conclusiones a la luz de las consideraciones anteriores.

2. FUNDAMENTOS ECONÓMICOS DE LA POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Existen sin duda múltiples motivaciones para aplicar una PDC, es decir, para poner en marcha una actuación pública orientada a defender y promover la competencia. En los orígenes más cercanos de esta política, la Sherman Act americana, tantas veces invocada, fue la amenaza de los monopolios privados sobre el poder democráticamente constituido, la razón principal que motivó su inicio y aplicación durante muchos años. Lo mismo sucedió en Alemania después de la II Guerra Mundial, en que los grandes conglomerados industriales se consideraron como uno de los factores que había contribuido al surgimiento del nazismo. La PDC en ese país se instituyó con el objetivo, entre otros, de debilitar ese poder e impedir una acumulación económica excesiva en manos privadas.

En la actualidad, sin embargo, la aplicación de la PDC con una motivación política es cada vez menos frecuente, al menos de un modo declarado y abiertamente público. Por ello, es conveniente revisar las bases económicas que justifican la aplicación de esta política, cuyo arraigo social depende crucialmente de

su aportación al mejor funcionamiento de los mercados y al bienestar económico colectivo.

La PDC actúa a través del llamado sistema de defensa de la competencia, que comprende un conjunto de normas, de ámbito europeo y español en nuestro caso, de varias instituciones que se encargan de la aplicación de esas normas, de varios procedimientos que dan seguridad jurídica y facilitan su aplicación, y, finalmente, de los elementos jurídicos básicos contenidos en las normas, particularmente, la determinación de las conductas que se consideran prohibidas junto con sus exenciones, y el régimen sancionador.

Al hablar de la PDC, nos estamos refiriendo por tanto, en primer lugar, a la represión y castigo de las conductas contrarias a la competencia que, en el ámbito español, son de tres tipos: los acuerdos colusivos horizontales y verticales, el abuso de la posición de dominio, y la competencia desleal cuando hay afectación importante del interés público; en segundo lugar, al control de las estructuras de mercado a través de la autorización o no de las operaciones de concentración, tales como las fusiones y adquisiciones de empresas; y en tercer lugar, al control de las ayudas públicas que puedan tener incidencia sobre el nivel general de competencia en los mercados.

Un campo de actuación de la PDC de especial importancia, particularmente relevante en el contexto de descentralización que se está produciendo a escala autonómica, es la llamada política de *advocacy*, es decir, la promoción de la cultura de la competencia en la sociedad, la mejora del conocimiento de los niveles de competencia en los diferentes sectores eco-

nómicos, y la labor de asesoramiento a las autoridades públicas sobre normas que puedan tener efectos negativos sobre la competencia, a fin de reducir su impacto sobre ella.

Está claro que los esfuerzos públicos organizados alrededor de la PDC deben tener como objetivo la defensa y promoción de la competencia en los mercados. Ahora bien, la competencia no es un bien en sí mismo. Se debe amparar y promover porque se presume que existe una vinculación positiva entre su estímulo y defensa y algún objetivo deseable de carácter social, económico o político. Es en este terreno donde el análisis económico puede ayudar de manera significativa. Como ya he señalado, en mi opinión, la razón fundamental del éxito de la PDC y su creciente importancia es la vinculación entre competencia y eficiencia económica, entre competencia y bienestar social.

La fundamentación económica de la PDC debe encontrarse, por tanto, en esa vinculación entre la práctica de la competencia y la obtención de ciertos efectos o consecuencias económicas positivas. Ello nos lleva al estudio de la competencia como actividad básica y fundamental de las economías de mercado. Ese estudio puede efectuarse desde una triple perspectiva. En primer lugar, mediante el examen del concepto de competencia desde el paradigma económico clásico, con la aportación relevante de Adam Smith; en segundo lugar, mediante la aportación más exhaustiva y acabada de la escuela neoclásica, a través de la caracterización de la competencia como un mecanismo de asignación eficiente de recursos y, por tanto, como instrumento para lograr un mayor bienestar económico; y en tercer lugar, mediante la consideración de la

competencia como factor dinámico clave en el proceso de destrucción creadora señalado por Schumpeter, en la línea de un pensamiento darwinista aplicado al ámbito económico.

Se trata, sin duda, de una materia compleja en la cual existen opiniones no coincidentes entre las distintas escuelas. Como señala J. Stanley Metcalfe, a pesar de tratarse de un concepto ampliamente reconocido como uno de los más importantes de la economía, no se ha podido por el momento aclarar propiamente su significado y existen notables divergencias respecto a su significado y su papel en las economías de mercado.

Tomando en cuenta las diversas aportaciones, se pueden identificar dos planteamientos sustancialmente distintos que confluyen en dos visiones diferentes de la competencia. Esas dos visiones son las que girarían en torno a una tríada de dualismos que caracterizarían a la competencia de dos modos divergentes: equilibrio frente a proceso, intercambio frente a rivalidad, y comportamiento uniforme frente a comportamiento heterogéneo. La primera visión es de inspiración neoclásica, que aspira, conceptualmente hablando, a resolver el problema de la utilización de medios escasos susceptibles de usos alternativos para la satisfacción de necesidades humanas; mientras que el segundo se concentra en el análisis del cambio económico, partiendo de una perspectiva esencialmente dinámica. No se trata de dos visiones necesariamente irreconciliables, aunque en la práctica haya habido una distancia considerable entre ambas, con enfoques intermedios que buscan integrar las mejores aportaciones de cada una de ellas.

2.1. Paradigma clásico y competencia

La idea de la competencia como fuerza impulsora de la economía encontró su primera formulación en el pensamiento económico liberal de finales del siglo XVIII de la mano de los economistas clásicos, particularmente de Adam Smith. En el paradigma clásico, la preocupación principal era el estudio de las razones económicas que explican la acumulación y a través de ella el crecimiento sostenido de la economía. Se trataba de encontrar las claves de la dinámica económica, entre las cuales, para la mayoría de los autores, la competencia no jugaba un papel especialmente relevante. Sin embargo, fue Adam Smith el primero en hablar de la «mano invisible» del mercado, que es el mecanismo que subyace a la expresión «vicios privados, públicas virtudes» tomada de la Fábula de las Abejas, de Mandeville³.

En el análisis de Smith encontramos ya, presentadas de un modo genérico, las dos interpretaciones de la competencia que luego han tenido un desarrollo más detallado por tratadistas posteriores. Por una parte, la competencia se entiende como un elemento coordinador de la actividad económica a través del cual se obtiene una asignación eficiente de los factores productivos. Por otra parte, la competencia actúa como fuerza promotora de la actividad económica, por medio de la división del trabajo ampliada.⁴

La función asignadora de recursos se produce, según Smith, en primer lugar porque la competencia hace que los precios

de mercado se aproximen a los precios naturales, y en segundo lugar, porque los precios naturales resultan de un proceso de competencia que genera una tasa de beneficio y unos salarios uniformes en los distintos sectores económicos, de modo que los precios acaban alineándose con los costes de producción.

Desde la perspectiva de la competencia como fuerza dinámica, y en aplicación del principio de la «mano invisible», las empresas, en la búsqueda de su beneficio particular, promueven el bienestar colectivo luchando por conseguir mayores cuotas de mercado en competencia con otras empresas, para lo cual deben ofrecer productos y servicios de más calidad y mejores precios que sus competidores, reduciendo costes e introduciendo mejoras técnicas y organizativas en el proceso productivo. Para los consumidores esa competencia de las empresas resulta en menores precios, más calidad y mejores servicios. En última instancia, se producen efectos dinámicos a través de los incentivos a la innovación y al desarrollo tecnológico.

Paradójicamente, fue también Adam Smith uno de los primeros en señalar que los mercados por sí solos no alcanzarán un funcionamiento competitivo correcto, pues las empresas tienen claros incentivos para convertirse en monopolistas o llegar a acuerdos con otras empresas y así alterar los precios o los niveles de producción. Esas prácticas pueden y, en muchos casos, consiguen alterar el funcionamiento de la «mano invisible» del mercado. Decía Smith que «*cualquier política que tienda a aumentar el precio del mercado por encima del precio natural* (que era el que se obtenía por el juego de la competencia), *tiende a disminuir la ri-*

³ Curiosamente, Adam Smith rechazaba esa expresión por considerar que mezclaba de un modo confuso vicios y virtudes.

⁴ Metcalfe (1998).

queza pública» y «todos los monopolios y privilegios exclusivos de las corporaciones, sean cuales fueren los fines benéficos para los cuales fueron instituidos originariamente, tienen el mismo efecto pernicioso que los impuestos sobre las importaciones y las exportaciones»⁵.

Tiene interés destacar que este mismo autor fue también el primero en constatar que *«la gente de un mismo gremio rara vez se reúne, aunque solo sea para su entretenimiento y diversión, sin que la conversación no termine en una conspiración contra el público o en algún tipo de medida para elevar los precios»⁶.*

2.2. La competencia en la visión neoclásica

Para la escuela neoclásica, que surge a mediados del XIX, el problema central de la economía no es investigar las fuerzas dinámicas que explican el desarrollo, sino conseguir una asignación adecuada de los recursos escasos disponibles para la sociedad en un momento dado. Aunque luego se han incorporado diversos elementos analíticos que permiten considerar una perspectiva dinámica dentro de este enfoque de naturaleza estática, este punto de partida ha condicionado en gran medida la evolución de esta escuela de pensamiento y de las propuestas que en su nombre todavía hoy se realizan.

La visión clásica y liberal de Adam Smith fue desarrollada por los economistas neoclásicos en un marco teórico caracterizado

por el concepto de utilidad marginal y el principio de escasez donde los precios están determinados por el libre juego de la oferta y la demanda. Aplicando un análisis de equilibrio parcial, es decir, referido a la actividad de los agentes económicos en mercados particulares, más tarde transformado en equilibrio general mediante la agregación de los distintos sectores, los economistas neoclásicos diseñaron el modelo de competencia perfecta, el cual, bajo determinados supuestos, permite maximizar el bienestar social y alcanzar una asignación de recursos eficiente.

Ese modelo de competencia perfecta es una construcción puramente conceptual con el que se consigue demostrar que la «mano invisible» del mercado consigue la eficiencia asignativa, la eficiencia productiva y la eficiencia dinámica, basándose en los presupuestos de comportamiento atomizado de los agentes económicos, en la libertad plena de entrada y salida en cualquier nivel o tipo de actividad, y en un conocimiento perfecto de las condiciones de oferta y demanda en cada mercado.

El estudio de las tres eficiencias mencionadas se basa en la previa definición del excedente del consumidor y del excedente del productor y en la comparación con el modelo de monopolio puro, también desarrollado por la escuela neoclásica y que recoge el supuesto de una sola empresa que atiende todo el mercado.

Si toda la economía funcionase siguiendo el modelo de competencia perfecta, no sería necesaria la intervención del Estado y la PDC no existiría, pues carecería de utilidad. Obsérvese que esa

⁵ Citado por Dobb, M., en *Teoría del Valor y de la Distribución*, Siglo XXI Editores.

⁶ Adam Smith, *The Wealth of Nations*. Citado por Barber, W. (1982).

es, precisamente, la posición de fondo de la Escuela de Chicago que confía de tal modo en el buen funcionamiento de los mercados de manera espontánea que llega a afirmar que, si efectivamente se manifiestan distorsiones en ciertos sectores, es porque previamente el Estado ha intervenido en ellos. El remedio consiste en evitar que la actuación pública se inmiscuya en los mercados. Como señala el profesor Segura, la consecuencia para la PDC es que ésta no es necesaria o es irrelevante dado que siempre puede ser sustituida por una desregulación en profundidad, en ausencia de barreras naturales, por lo demás poco frecuentes. Aún en este último caso, en el supuesto de un monopolio natural, basado en rendimientos crecientes, el poder de mercado podría ser anulado mediante una subasta periódica por parte de los poderes públicos que asigne los derechos de modo temporal a una determinada empresa, para, de ese modo, revertir a la colectividad los beneficios extraordinarios que puedan generarse con esa actividad.

La escuela de Chicago, a pesar de partir de posiciones maximalistas como las expresadas, ha realizado contribuciones destacadas al análisis y la práctica de la PDC. Una de las aportaciones más importantes de esta línea de pensamiento ha sido la generalización del uso de los instrumentos analíticos de la microeconomía como base para el estudio de la PDC y los problemas económicos ligados a ella, lo cual ha rendido importantes frutos.

Sin embargo, lo cierto es que los mercados no siempre se comportan de acuerdo al modelo de competencia perfecta, por dos razones principales. Primero, porque existen los llamados «fallos de mercado» que son situaciones en las

cuales el mercado no puede asignar eficientemente el suministro de los bienes o servicios en esa actividad particular. Se incluyen aquí los bienes públicos, las externalidades y las economías de escala, entre otros⁷. La competencia no es la solución apropiada para corregir esos fallos de mercado. Son, por tanto, situaciones en las que no entra la PDC. Es la política de regulación la que se ocupa de estos asuntos.

La segunda razón por la cual la realidad de los mercados es distinta de lo previsto por el modelo de competencia perfecta es que las empresas tratan de conseguir un poder de mercado que les permita cargar precios superiores a los que existirían en situación de competencia. En este segundo supuesto es donde la PDC encuentra su justificación más completa. Se trataría de detectar esas conductas contrarias a la competencia y perseguirlas, velando por el mantenimiento de la competencia en todos los mercados.

En consecuencia, la labor de las autoridades que se ocupan de la PDC sería así sencilla y clara, con una solución de mercado de referencia que permitiría comprobar en cada caso si una conducta debe ser reprobada o no, y con conocimiento de la estructura y organización de mercado

⁷ Bienes públicos son aquellos en que el precio no permite la exclusión del consumo y que además si están disponibles para un consumidor lo están para todos los demás consumidores, como sucede, por ejemplo, con el sistema de carreteras de un país. En las externalidades, el precio no incorpora los efectos que se producen sobre otras empresas o individuos, como en el caso de las empresas contaminantes. Cuando existen economías de escala, la demanda puede satisfacerse de una forma mucho más económica por una sola empresa, y por tanto mejor en régimen de monopolio o cuasi monopolio que en condiciones de competencia perfecta. Esto da lugar a los llamados monopolios naturales.

a la cual se debería aspirar (aunque el modelo de competencia perfecta no se concibió con esa finalidad).

El problema, sin embargo, es más complejo, porque los supuestos en que se basa el modelo de competencia perfecta son altamente restrictivos y rara vez se dan en la práctica. Cuando se relajan esos supuestos, sucede con frecuencia que la maximización del bienestar ya no se puede conseguir aumentando simplemente la competencia o el número de empresas que participan en el mercado, es decir, tratando de acercar la realidad al modelo. Se rompe, por lo tanto, la relación nítida y directa entre más competencia y bienestar establecida en el modelo de competencia perfecta.

La teoría económica ha ido construyendo nuevos modelos en los que se analiza el comportamiento de los agentes económicos y los efectos sobre la asignación de recursos y el bienestar social considerando supuestos de partida distintos de los utilizados en el modelo de competencia perfecta. Esta evolución ha dado lugar a la llamada Economía Industrial y que podría denominarse de un modo quizá más exacto, como sugiere Cabral, Economía de los Mercados Imperfectos.

Dentro de ese campo de estudio, destaca el paradigma de la Nueva Economía Industrial Empírica, que como señala el profesor Segura en otro artículo de esta misma revista, parte de una profundización en el método analítico Estructura-Conducta-Resultados desarrollado por Mason y Bain a mediados de la década de los cincuenta del siglo pasado, y la combinación de los elementos analíticos tradicionales de la microeconomía con el empleo exhaustivo de la teoría de juegos

y las técnicas de análisis econométricas, lo que unido a un mayor disponibilidad de datos, ha permitido un avance considerable del cuerpo teórico y un acercamiento a la realidad económica. Es interesante destacar que en esta línea de pensamiento se incorporan también ciertas aportaciones de la escuela austriaca y de la concepción schumpeteriana de la competencia que presentamos brevemente en el epígrafe siguiente, a través, como señala Cabral, de la consideración de la competencia potencial y la importancia de los aspectos dinámicos.

La consecuencia práctica más relevante del surgimiento de esta línea de análisis para la PDC es que su aplicación se hace más compleja, pero también más próxima a la realidad y probablemente más acertada. Mediante los nuevos desarrollos teóricos es posible iluminar aspectos antes no considerados o simplemente tratados de un modo erróneo en el pasado.

2.3. Competencia dinámica y darwinismo económico

En la actualidad, está cobrando fuerza creciente una visión de la competencia basada en la perspectiva dinámica, que retoma la preocupación clásica del estudio del cambio económico, frente al análisis de naturaleza básicamente estática de la asignación eficiente de recursos.

Entre los economistas que han expresado de un modo más claro la naturaleza dinámica de la actividad económica en las economías capitalistas ha sido Schumpeter, quien afirmaba en 1942:

El punto esencial que hay que tomar en consideración para entender el capitalismo

es que se trata de un proceso en constante evolución, y también: *Por su naturaleza, el capitalismo es una forma o método de cambio, y en consecuencia nunca está, y nunca puede estar, en estado estacionario*⁸.

Es verdad que al expresar esa opinión, Schumpeter no hacía sino retomar una idea considerablemente extendida entre los economistas clásicos, pero él supo incorporar a esa búsqueda de las razones y mecanismos del cambio económico la idea clave de la *destrucción creadora* como fuerza impulsora de importantes transformaciones en las economías de mercado, y fue quizá el primero en señalar que el proceso de creación, desarrollo y extinción de las empresas es una de las fuentes últimas de crecimiento económico.

En sus propias palabras:

*La fuerza fundamental que pone en marcha y mantiene en movimiento la maquinaria capitalista surge de los nuevos bienes de consumo, de los nuevos métodos de producción y las nuevas formas de transporte, la apertura de nuevos mercados y las nuevas formas organizativas que la empresa capitalista crea de modo continuo. Y señala: La apertura de nuevos mercados, tanto internacionales como internos, y el desarrollo organizativo (...) reflejan el mismo proceso de mutación industrial (...) que revoluciona la estructura económica desde dentro incesantemente, destruyendo la antigua y creando otra nueva. Ese proceso de destrucción creadora es el rasgo esencial del capitalismo*⁹.

Partiendo de esas aportaciones, se ha ido construyendo una concepción de la competencia basada en los tres rasgos apuntados al comienzo, que la definen

como un proceso dinámico de carácter endógeno que expresa la rivalidad o lucha de los distintos empresarios para intentar conseguir posiciones de ventaja en los mercados, los cuales actúan de un modo diferenciado, heterogéneo, y no uniforme, respecto a sus competidores. En palabras de Metcalfe, la competencia sería, de acuerdo a esta visión:

una sucesión de acontecimientos, un proceso dinámico, un viaje de exploración en lo desconocido en el cual se van introduciendo en los mercados de modo sucesivo productos y procesos de producción superiores, al tiempo que los consumidores descubren quiénes y cómo consiguen satisfacer sus necesidades particulares.

Desde esta perspectiva, es posible contemplar la competencia como una fuerza que impulsa no sólo los procesos de innovación tecnológica y de productos, sino también la selección natural, por así decir, de las empresas, de manera que las más eficientes permanecen en el mercado y se expanden, mientras que las menos eficientes, aquellas que no son capaces de competir con ventaja suministrando productos o servicios de más calidad a precios competitivos, acaban desapareciendo del mercado. Se trata de un proceso de inspiración darwinista aplicado a lo económico, que contribuye de manera positiva al bienestar general a través de la renovación de las empresas, que a su vez favorece el crecimiento de la productividad y la mejora de la competitividad general de la economía.

El aumento de la productividad en un sector es fruto no sólo de las mejoras que introduzca internamente cada empresa, sino también de la desaparición de las empresas menos eficientes que a su vez

⁸ Joseph Schumpeter (1942), *Capitalismo, Socialismo y Democracia*, Harper and Row.

⁹ Idem nota anterior. El subrayado es mío.

son sustituidas por nuevas empresas entrantes¹⁰. Debe resaltarse a este respecto que el proceso de selección de las empresas es considerablemente intenso, y puede oscilar entre un 15 y un 25 por ciento de rotación media anual en los distintos sectores de una economía, lo que da idea de la importancia de este fenómeno.

La competencia favorece además los procesos dinámicos dentro de cada sector, de modo que las empresas con mayor productividad se expanden y ganan cuota de mercado, aumentando su tamaño y, por tanto, mejorando en términos relativos la productividad media.

Es oportuno destacar también que, según manifestaba el propio Schumpeter, la existencia de poder de mercado es un incentivo necesario para que las empresas se desarrollen y amplíen su presencia en los mercados, aunque en un proceso de expansión dinámico ese poder es necesariamente transitorio.

Podemos concluir este apartado de indagación de los fundamentos económicos de la PDC, señalando que existen razones económicas sólidas que justifican plenamente los esfuerzos orientados a proteger y promover la competencia. Sin duda alguna la competencia constituye un factor esencial para el correcto funcionamiento de las economías de mercado. En primer lugar, siguiendo la explicación neoclásica

ortodoxa, porque permite una asignación de recursos más eficiente, a la vez que a través de ella se alcanza un mayor bienestar económico general y se maximiza la satisfacción de los consumidores. Y en segundo lugar, desde una perspectiva dinámica, entendiendo la economía como un proceso de transformación permanente, porque la competencia resulta esencial para estimular la innovación, el desarrollo tecnológico y los procesos de selección de las empresas más eficientes y más productivas. El resultado final es que mediante el estímulo de la competencia no sólo se alcanza un mayor bienestar social en un momento económico determinado sino que además se refuerza la dinámica empresarial, lo que permite alcanzar en última instancia una mayor productividad y una mayor competitividad de la economía.

3. ANÁLISIS ECONÓMICO, DEFINICIÓN Y ORIENTACIÓN DE LA POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Una vez establecida una base razonable para la actuación de la PDC, conviene exponer algunas ideas sobre las aportaciones del análisis económico a la definición, orientación y desarrollo de la PDC, que han sido y continuarán siendo considerablemente destacadas por un doble motivo. Primero, por la naturaleza esencialmente económica de la PDC, y segundo, por el desarrollo que está teniendo la teoría económica en el ámbito de los mercados imperfectos, unido al creciente interés de los economistas por las cuestiones que atañen a la PDC, que va parejo al aumento de la importancia de esta actividad en las economías modernas.

¹⁰ Este enfoque está siendo objeto de una notable atención que se traduce en la realización de estudios empíricos que tratan de contrastar esta *hipótesis schumpeteriana*. Véase por ejemplo el interesante estudio de la OCDE «The Sources of Economic Growth in OCDE countries» (2003). En ese estudio se señala que el proceso de *destrucción creadora* puede explicar entre un 20 y un 40 por ciento de las mejoras de productividad sectorial.

En lo que sigue, se analizan tres aspectos que en mi opinión son especialmente significativos respecto a esta contribución del análisis económico. El primero se refiere a la definición misma de la competencia, el segundo, a la definición, desde la perspectiva económica, de la propia PDC, y el tercero, a los objetivos que debe perseguir la PDC.

3.1. Definición de competencia

Puesto que la PDC se refiere al amparo y promoción de la competencia conviene saber con exactitud a qué nos referimos con ese término. En este sentido, cabe considerar cuatro acepciones distintas en el ámbito del análisis económico.

Una primera definición de competencia es la que resulta del modelo de competencia perfecta diseñado por la escuela neoclásica. Se trata, como ya se ha dicho, de un concepto restrictivo basado en los diversos supuestos sobre el comportamiento de los agentes de difícil realización práctica. Sirve, no obstante, ese modelo como referencia o *benchmark* para juzgar la eficiencia económica de modelos alternativos.

Una segunda definición de competencia es la que se conoce como competencia practicable, *workable competition* en la terminología anglosajona, desarrollado por J. M. Clark. Bajo esta perspectiva, dado que es imposible o muy difícil alcanzar la competencia perfecta que postula el análisis microeconómico, el objetivo debe ser tratar de alcanzar la estructura de mercado más competitiva posible. Como señala Whish, ha sido difícil definir con exactitud este concepto de competencia practicable desde un punto

de vista teórico, pero ha permanecido el concepto intuitivo y continúa siendo útil. El término aparece en diversos documentos de la Comisión Europea con un uso en ocasiones asimilado al de competencia efectiva.

Una tercera aproximación a la definición de competencia es la que deriva de la teoría de los mercados atacables (*contestable markets*), elaborada por Baumol, Panzan y Willig en 1982. De acuerdo con esta teoría, se producirá una asignación óptima de recursos de modo natural por parte de las empresas cuando en el mercado en que operan no existan barreras de entrada o de salida, particularmente las referentes a costes no recuperables (*sunk costs*), y por tanto que se trate de mercados atacables. En un mercado perfectamente atacable, es decir, en el que pueden entrar y salir empresas sin coste alguno, no es necesario que exista competencia perfecta para que se produzca una asignación de recursos eficientes. No se necesita tampoco que operen en ese mercado un número elevado de empresas. Bastaría con unos pocos competidores, uno o dos incluso, sujetos a la competencia potencial de nuevos entrantes para que se produjera el resultado optimizador del bienestar que tienen los mercados de competencia perfecta. Como indica Whish, quizá esa sea la aportación más importante de esa teoría, la posibilidad de demostrar que en ciertos mercados sin barreras de entrada y de salida, la concurrencia de unas pocas empresas no necesariamente tiene que provocar efectos adversos para la competencia.

Finalmente, la expresión que está teniendo hoy en día un uso más frecuente, desde el punto de vista práctico, es la de competencia efectiva. Aunque esta ex-

presión no tiene tras de sí la carga teórica de los conceptos anteriores, resulta particularmente útil para referirse a la presión competitiva que, de un modo razonable, los competidores de hecho y los entrantes potenciales junto a los consumidores ejercen en un mercado determinado. En este caso, el papel de las autoridades sería velar por el mantenimiento de esas presiones competitivas en el mercado.

3.2. Definición de la PDC desde la perspectiva económica

A la vista de las consideraciones de los párrafos precedentes y de las conclusiones del punto 2 anterior, se podría avanzar una definición de la política de defensa de la competencia desde una perspectiva económica, aún con todas las reservas que ello pueda suponer. Se presentan a continuación dos definiciones de autores distintos, pero que coinciden en sus aspectos más importantes.

Definir la PDC puede ser útil para identificar con claridad cual es su ámbito de actuación y sus fines básicos desde la perspectiva económica, que pueden ser distintos de los que se le atribuyan desde otras perspectivas, no necesariamente incompatibles, pero que en todo caso deberían explicitarse. De todas maneras, proponer una definición económica de la PDC no quiere decir que no se deban tomar en cuenta otros aspectos también importantes en relación con esa política, solamente que aquí no se recogen y que nuestra atención se centra ahora en el estudio de las aportaciones de la economía en este campo.

Motta (2005) nos ofrece la siguiente definición de PDC, con una orientación

eminentemente práctica y que establece con claridad cuál debe ser el fin básico de esta política. Según este autor, la PDC es «*el conjunto de normas y medidas de política económica que aseguran que la competencia en los mercados no se restringe de un modo tal que cause una reducción del bienestar económico*»¹¹.

El aspecto más destacado de esta definición es que sitúa el bienestar económico en el centro de la PDC y lo convierte en el objetivo a cuyo servicio debe estar esa política. Ahora bien, lo hace de un modo peculiar porque, según esa definición, la misión de la PDC sería fundamentalmente evitar que las conductas anticompetitivas causen un perjuicio al bienestar económico. La PDC tendría que centrarse, en consecuencia, en la discriminación entre las prácticas que, aún siendo restrictivas, no ocasionen una reducción del bienestar económico y aquellas que sí ocasionan esa reducción de bienestar y que, por lo tanto, deben ser perseguidas.

Implícitamente, con esta definición se reconoce que existen ciertas conductas en el mercado que son restrictivas, pero no por ello son perjudiciales desde el punto de vista económico y por tanto pueden consentirse. Esto supone una interpretación que va más allá del simple modelo de competencia perfecta, en el que cualquier conducta restrictiva ocasiona una pérdida de eficiencia económica. De este modo, el estudio de la PDC se ubica, conceptualmente hablando, en la línea de análisis de la economía de los mercados imperfectos, es decir, en el terreno

¹¹ En el original inglés: «The set of policies and laws which ensure that competition in the market place is not restricted in such a way as to reduce economic welfare». Motta (2005), página 30.

propio de la Economía industrial, donde ya no existe una regla clara que nos permita decidir en todo caso cómo aumentar la competencia, sino que es necesario examinar las circunstancias que concurren en cada caso, y los efectos económicos que de ellas se derivan, para estar en condiciones de decidir lo más conveniente.

No debe perderse de vista que la expresión *bienestar económico* remite a un significado económico preciso, en concreto, la suma del bienestar existente en cada sector de la economía, el cual se obtiene agregando el excedente del consumidor y del productor en cada uno de esos sectores. En última instancia, el bienestar en cada industria o sector se obtiene tomando en cuenta la aportación de cada estado alternativo a la eficiencia asignativa, productiva y dinámica. Es este significado técnico preciso el que permite utilizar esa definición como guía para analizar y valorar opciones de política económica alternativas o, por ejemplo, las distintas orientaciones de la PDC.

Una relajación de esa referencia tan precisa de bienestar económico, probablemente haría que la definición anterior fuese más adecuada para un uso práctico, pero está claro que perdería eficacia y concreción.

Cabe mencionar, por último, que esta definición de la PDC atribuye un papel más bien pasivo a la PDC, sin mucho margen para actividades de promoción proactiva de la competencia. Por ello, se puede plantear una definición, no alternativa, sino complementaria de ésta, que introduce matizaciones distintas respecto a los fines de la PDC y respecto al contexto en que debe operar esta política.

Ordover (1990) cita esta definición de PDC en su interesante trabajo sobre los fundamentos económicos de la política de competencia, tomada de Vickers y Hay. Señalan estos autores que: «*la PDC debe promover y mantener un proceso de competencia efectiva a fin de conseguir una asignación de recursos eficiente.*»

Esta definición, aunque parecida a la anterior, manifiesta varias diferencias de interés. La primera es que aquí sí aparece destacado el papel proactivo de la PDC, que debe «promover y mantener» la competencia en los mercados, que, en mi opinión, es más acorde con las responsabilidades que progresivamente van adquiriendo las instituciones que se dedican a la defensa de la competencia, y la creciente importancia de la labor de *advocacy* que parece necesario desarrollar.

Por otra parte, se contempla la competencia como un proceso, con lo cual se da a entender que no estamos ante un fenómeno puramente estático, sino dinámico. Hay que suponer que para estos autores la asignación eficiente de recursos sólo puede entenderse de manera completa si se tiene en cuenta una perspectiva de mediano y largo plazo y los efectos dinámicos de las distintas decisiones que puedan tomarse, cuestión que está implícita en la definición de Motta al tomar en consideración el bienestar económico de un modo general, pero a la cual no se hacía referencia clara como en este caso.

Otro aspecto interesante de esta definición es que la competencia que debe promoverse y mantenerse es la *competencia efectiva*, con lo cual, por una parte, se propone un objetivo positivo para la PDC y, por otra, se resalta la idea de crear y mantener una presión competitiva razonable

por parte de los empresarios y consumidores que participan en los distintos mercados.

3.3. Orientación de la PDC

Un análisis atento de la relación entre poder de mercado, por una parte, y el bienestar económico y las eficiencias asignativa, productiva y dinámica, por otra, como el que efectúa Motta en su obra *Competition Policy. Theory and Practice*, permiten extraer algunas conclusiones interesantes sobre la orientación de la PDC.

Una primera cuestión que es objeto de debate con cierta frecuencia, es si la PDC debe buscar el bienestar económico general o si, por el contrario, debe proteger de modo especial a los consumidores. En otras palabras, se trataría de determinar si en la aplicación de la PDC debe tomarse en cuenta sólo o preferentemente la incidencia de las conductas anticompetitivas sobre la eficiencia asignativa, y por ello, sobre el excedente del consumidor, o si debería prestarse idéntica atención a los efectos de esa conducta sobre las eficiencias productivas y dinámicas, es decir, a la suma de los excedentes del consumidor y el productor. Siguiendo el análisis de Motta, se llega a la conclusión de que el criterio de proteger sólo o preferentemente a los consumidores es claramente inferior al del bienestar general, desde la perspectiva del análisis de la eficiencia económica. En efecto, el excedente del consumidor no tiene en cuenta las ganancias de las empresas, lo cual puede tener consecuencias económicas negativas a medio y largo plazo, y además, en esas circunstancias, se reduci-

rían los incentivos de las empresas para innovar, invertir y crear nuevos productos.

Una segunda conclusión interesante es que la PDC debe ocuparse específicamente de la generación y mantenimiento de poder de mercado por parte de las empresas, que se define como la capacidad para elevar el precio por encima de los niveles que prevalecerían si existiese competencia en el mercado¹². La razón de ello es que existe una relación directa y clara entre poder de mercado e ineficiencia asignativa. El análisis muestra, además, que la existencia de poder de mercado puede provocar ineficiencias productivas y dinámicas, pero no siempre será así.

Esta preocupación por el poder de mercado conduce a la necesidad de definir con exactitud en qué consiste tal poder y, después, tratar de evaluarlo correctamente para saber en qué grado lo ejercen las empresas participantes en un mercado concreto ejercen ese poder de mercado. Un paso previo imprescindible para el análisis del poder de mercado es la definición del mercado relevante en el cual actúa la empresa o empresas que detentan ese supuesto poder. Más adelante se hacen algunas observaciones sobre estos dos aspectos.

Un corolario de esta segunda conclusión es que la PDC no debe intentar eliminar totalmente el poder de mercado de las empresas, pues no siempre es sinónimo de ineficiencia económica. Puede suceder que la ineficiencia asignativa que se produce cuando las empresas ejercen ese poder de mercado se vea compensada por ganancias

¹² La referencia al precio incluye por extensión cualquier otra condición que afecte a la competencia, el nivel de producción, la calidad del producto o servicio, etc.

en la eficiencia productiva y dinámica. Naturalmente, debe comprobarse que el poder de mercado ha sido ganado legítimamente, sobre la base de una competencia basada en el mérito, con lo cual no sólo constituye una recompensa justa a los esfuerzos del empresario, sino que es un incentivo importante para la continuidad de su actividad innovadora e inversora¹³, lo que contribuirá al proceso de eficiencia económica a medio y largo plazo, en línea con lo defendido por Schumpeter.

En estos casos parece plenamente justificado realizar un análisis detenido de los efectos económicos que puedan producirse, como complemento ineludible a los demás aspectos que se analicen, sea en el estudio de conductas o en el control de concentraciones.

Desde esta perspectiva adquiere una importancia crucial la aplicación de la regla de razón, la *rule of reason* de la terminología anglosajona, por la cual los casos son analizados a la luz de las consecuencias que tienen para los demás productores, los consumidores y el bienestar social. De ahí que, por una parte, se asista a un interés creciente por aplicar el análisis económico, cada vez con mayor detalle, a los casos prácticos y a los expedientes en materia de defensa de la competencia; y que, por otra parte tienda a disminuir la relevancia de los supuestos en que se considera anticompetitiva una conducta *per se*, es decir que se rechaza sin atender a sus consecuencias sobre el mercado de referencia o la eficiencia económica, sino por la naturaleza misma de la trasgresión.

Una tercera conclusión que cabe extraer es que la PDC no debe centrarse en

proteger a los competidores, es decir, a las empresas que participan en el mercado, sino que debe amparar la competencia misma, la competencia efectiva, en caso de seguir la definición de Ordovery. La salida del mercado de empresas ineficientes aumenta la eficiencia económica y permite mejorar la productividad media del sector, tal como prevé la teoría y señalan los estudios empíricos al respecto. Aunque a corto plazo no se observen consecuencias negativas, la protección de las empresas ineficientes suele ocasionar perjuicios a medio y largo plazo. Es cierto que la aplicación de la PDC con el objetivo de proteger ciertos grupos económicos, sean grandes o pequeñas empresas, es una tentación recurrente que puede y debe ser evitada en la medida en que no está justificada por razones de eficiencia económica y la PDC sea capaz de sustraerse a un influjo político no deseado.

Cuestión aparte es que en determinadas circunstancias deba prevalecer una opción concreta por razones de interés general sobre los criterios económicos que inspiran la PDC. En ese caso, se trataría de una situación que va más allá de los objetivos de protección de la competencia, que serían sustituidos por otros, cuya legitimidad debe valorarse desde una perspectiva más amplia, y que deben recibir adecuada consideración, pero siempre fuera de las razones que deben fundamentar la actuación de la PDC.

En cuarto lugar, cabe efectuar una reflexión sobre si la PDC debe tratar en todo caso de incrementar el número de empresas participantes cuando se presentan problemas de competencia en un sector dado. El análisis económico permite concluir que no se debe aumentar

¹³ Motta (2005) páginas 70 y 89.

sistemáticamente el número de empresas al objeto de incrementar la competencia. En la medida en que las empresas del sector afectado operen con costes fijos, lo que puede ser una hipótesis plausible en numerosos casos, la existencia de muchas empresas provoca una multiplicación de esos costes, lo que conduce a una pérdida de eficiencia productiva. Aunque la concurrencia de más empresas ocasiona ganancias en la eficiencia asignativa, no es seguro que el resultado sea positivo. El análisis de eficiencias, en la medida en que sea practicable, cobra sentido aquí de nuevo, pero, en todo caso, no puede afirmarse con rotundidad ni, por tanto, aconsejarse que el aumento del número de empresas en un sector favorezca siempre el bienestar económico.

Resulta también oportuno reconocer que el mercado por sí sólo no es capaz de eliminar las consecuencias de una conducta restrictiva por parte de las empresas o del ejercicio abusivo del poder de mercado. Contrariamente a lo que supone la línea de pensamiento asociada a la escuela de Chicago, existen numerosas circunstancias, más allá de la pura intervención pública en los mercados, que permiten generar y mantener poder de mercado, tales como la incidencia de costes no recuperables elevados, costes de cambio de suministrador, las externalidades de red, o la práctica de estrategias que intentan disuadir a posibles competidores que quieran entrar en el sector, como los precios predatorios, la negativa de suministro, las ventas ligadas y otros. Se demuestra también que la conjetura de Coase, que supone que incluso un monopolista productor de bienes duraderos deberá fijar sus precios al

coste marginal, resulta inútil desde un punto de vista práctico.

Un aspecto que está siendo objeto de una atención creciente es la colusión tácita, que quizá debería llamarse con más propiedad coordinación tácita, como indica Ivaldi y otros (2003). El desarrollo de la teoría de juegos ha sido particularmente fructífero en esta área al demostrar que cuando los participantes en el mercado se enfrentan a decisiones repetidas en numerosas ocasiones es altamente probable que se alcancen soluciones idénticas a las de los acuerdos colusivos explícitos. La Comisión ha declarado que estas prácticas colusivas tácitas caen dentro de la aplicación del artículo 81, dentro de las llamadas «prácticas concertadas», y también en España son perseguibles. Ahora bien, la dificultad estriba en demostrar que efectivamente responden a una voluntad de coludir. La aportación del análisis económico principal ha consistido en demostrar que puede haber manifestaciones similares a las que resultan de prácticas colusivas sin que medien las circunstancias que hacen posibles esos acuerdos.

Además, dada la dificultad práctica de probar la ilicitud de la colusión tácita, el interés se ha desplazado hacia la eliminación de los factores o condiciones que favorecen la aparición de ese tipo de prácticas. El trabajo citado de Ivaldi y otros (2003) muestra, por ejemplo, que la existencia de barreras de entrada, la frecuencia de las interacciones entre las empresas y la intensidad de la innovación favorecen decisivamente la posible aparición de la colusión tácita. Esto es especialmente relevante para el estudio de las operaciones de concentración, a la hora de decidir si se autoriza o no una

determinada fusión. Otros factores que favorecen la colusión tácita pero que a su vez se ven afectados por una fusión prevista son el número de empresas participantes en el mercado, el grado de asimetría existente entre las empresas, o la existencia de acuerdos de cooperación previos o vínculos estructurales entre los participantes. El grado de transparencia prevalente en el mercado, la diferenciación de productos, o las características de la demanda son también factores a tener en cuenta.

Conviene, por último, resaltar la importancia de adoptar una perspectiva dinámica no sólo a la hora de extraer conclusiones teóricas con sentido práctico, sino también en el momento de analizar las conductas anticompetitivas o tomar decisiones que afecten a la estructura de los mercados. Esto conduce, en la práctica, al estudio de la competencia potencial, que se efectúa mediante el análisis del comportamiento de las posibles empresas competidoras en el mercado. Con ello se evita, además, una excesiva atención sobre los aspectos puramente estáticos.

Es cierto que la PDC puede tratar de conseguir otros objetivos económicos distintos de los señalados, pero su justificación en términos de eficiencia económica resulta difícil. Esto no significa que no sean legítimos o que no pueda intentarse su consecución a través de la PDC. Como hemos visto, parece poco defendible en términos de eficiencia económica que la PDC anteponga el interés de los consumidores sobre el bienestar general, excluyendo a los productores. La adopción de medidas que introduzca incentivos equivocados a los agentes económicos no puede tener mucho futuro en una economía de mercado. Hemos visto

también que es preferible que la PDC se centre en la protección y estímulo de la competencia y no en la defensa de grupos de interés particulares, por ejemplo de empresas grandes sobre las pequeñas o viceversa. Otras orientaciones u objetivos de la PDC que pueden ser objeto de análisis desde una perspectiva económica son: el intento de promover la unidad de mercado, que es precisamente uno de los objetivos declarados de la PDC en la UE; la protección de la libertad económica, como sucede, por ejemplo en Alemania; combatir la inflación, objetivo utilizado ocasionalmente, o la promoción de la igualdad.

4. TÉCNICAS ANALÍTICAS APLICADAS AL ESTUDIO DE CASOS

Una tercera área donde el análisis económico viene efectuando una aportación importante a la PDC es en el estudio de casos para el análisis de conductas o para el control de concentraciones. Es un campo considerablemente trabajado donde las líneas principales ya han sido establecidas hace tiempo, y sin embargo, en los últimos años se han producido cambios bastantes significativos. Los nuevos desarrollos se centran en la aplicación de técnicas cuantitativas sofisticadas sobre conceptos económicos ya conocidos. Esa aplicación permite obtener resultados más claros y delimitar de un modo más eficiente los aspectos relevantes de los casos presentados para su decisión a los órganos ejecutivos de la PDC. Precisamente, para fortalecer esta línea de análisis, se ha creado en la Unión Europea la figura del economista jefe, auxiliado por un equipo de expertos, que esta integrado en la DG de Competencia.

Además, merced a los resultados del análisis teórico por una parte, y de la experiencia acumulada por los órganos decisorios de la PDC por otra, se van introduciendo cambios en la normativa reguladora de la defensa de la competencia y en las directrices o guías que inspiran su aplicación en determinados ámbitos de especial dificultad. Ejemplo de esto último han sido las modificaciones introducidas en la regulación del control de operaciones de concentración con el cambio del criterio de evaluación de la compatibilidad de las operaciones sujetas a control, al pasar de una posición más preocupada por la creación y mantenimiento de la posición de dominio hacia un criterio basado en el impacto sobre la competencia efectiva, donde el análisis económico adquiere un papel más relevante.

En la mayoría de los casos que se plantean en el ámbito de la PDC resulta crucial definir correctamente el mercado relevante y determinar con la mayor exactitud posible el poder de mercado que pueda tener una empresa o conjunto de empresas. Se debe probar primero que existe capacidad para modificar las condiciones de competencia, y luego analizar si se está ejerciendo o no ese poder de mercado de un modo abusivo. Ambos aspectos son cruciales para el análisis de las conductas supuestamente anticompetitivas, y para determinar si se debe o no autorizar una operación de concentración que altere la estructura de un mercado. Ese estudio se debe complementar con el análisis de la competencia dinámica y el análisis de las eficiencias que puedan derivarse de las conductas o propuestas de concentración objeto de consideración.

Para orientar, a efectos prácticos, el estudio de los aspectos indicados, se han ido elaborando en los distintos países unas guías o directrices que facilitan la labor de los órganos responsables de la instrucción y resolución de los expedientes y de las partes afectadas por la aplicación de las normas de defensa de la competencia. En este sentido, la Comisión Europea ha publicado varias guías de actuación, entre las que cabe destacar por su mayor relación con el contenido de este apartado, las «Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales» del año 2004, y la «Comunicación de la Comisión relativa a la definición del mercado relevante» de 1997¹⁴. En España, aparte de la nota «Elementos Esenciales del Análisis de Concentraciones Económicas» del Servicio de Defensa de la Competencia, se ha publicado recientemente el estudio de Joan María Borrell, bajo el encargo del Tribunal Catalán de Defensa de la Competencia, «Una Metodología para el estudio de la competencia en los mercados», que no sólo constituye una encomiable iniciativa, sino que aporta una visión sintética y documentada de los pasos a dar para analizar los diversos aspectos antes apuntados y evaluar las posibles amenazas a la competencia.

A continuación se analizan las dos áreas más significativas del análisis de casos, en las cuales las aportaciones de la economía son más destacadas: la definición del mercado relevante y el estudio del poder de mercado.

¹⁴ Otras directrices de la Comisión son la «Comunicación sobre acuerdos de menor importancia», del año 2001, o las «Directrices sobre restricciones verticales», del año 2000.

4.1. Definición del mercado relevante

El primer paso en el análisis de casos en materia de defensa de la competencia es la definición del mercado relevante. A partir de esa definición se puede determinar si una empresa o conjunto de empresas tiene o no poder de mercado y, por tanto, se estará en condiciones de analizar si ese poder es excesivo o se está ejerciendo de un modo abusivo.

La Comisión, en la Comunicación relativa a la definición del mercado relevante, señala que:

el principal objetivo de la definición del mercado relevante es determinar de forma sistemática las limitaciones que afrontan las empresas afectadas desde el punto de vista de la competencia. La definición del mercado, tanto desde el punto de vista de producto como de su dimensión geográfica, debe permitir identificar a aquellos competidores reales de las empresas afectadas que pueden limitar el comportamiento de éstas o impedirles actuar con independencia de cualquier presión que resulta de una competencia efectiva.

Como se ve, la Comisión menciona dos tipos de mercado relevante, el que se refiere al producto y el que corresponde a una dimensión geográfica. En ocasiones, es necesario referirse también al mercado relevante temporal, si la oferta y demanda de un producto o servicio tienen una plasmación estacional o depende críticamente de aspectos temporales.

Para determinar en la práctica el mercado relevante, en cualquiera de esas dimensiones, se utiliza en Europa, al igual que en muchos países, la lógica implícita en el test del monopolista hipotético, también llamado test de SSNIP (*Small but*

Significant and Non-Transitory Increase in Price), cuyo empleo inicial partió de EEUU. Esta prueba consiste en analizar si resultaría lucrativo para una empresa, supuestamente monopolista, elevar los precios de su producto entre un 5 y un 10 por ciento en el mercado que se pretende definir. Si la respuesta es positiva, es decir, que efectivamente el ingreso de la empresa aumenta al subir los precios en la proporción indicada, significa que no existe competencia para el producto en cuestión y, en consecuencia, ese producto constituye un mercado separado de los demás. En ese caso, el proceso de análisis concluye. Por el contrario, si el ingreso se reduce al subir los precios, quiere decir que existen sustitutos próximos del bien suministrado que forman parte del mismo mercado. En este caso, la prueba debe repetirse hasta encontrar el conjunto menor de bienes que cumpla el requisito de proporcionar un aumento del ingreso al supuesto monopolista cuando sus precios suben en el nivel indicado.

Como es obvio, el resultado del test depende de modo crítico de la elasticidad de la demanda respecto al precio del producto. Si la demanda es elástica, un incremento del precio ocasiona una caída sustancial de la cantidad demandada, lo que llevará a un descenso del ingreso; mientras que si la demanda es rígida, esa misma subida del precio causará una reducción menor de la demanda, de modo que el aumento del ingreso derivado del incremento del precio compensará esa caída y resultará una ganancia neta.

Dado que el test se basa en los precios observados en el mercado, esta prueba debe aplicarse con precaución

para no caer en la llamada «falacia del celofán». Para ello, cuando se analice el comportamiento de una empresa en posición de dominio, se debería partir siempre de la comparación con los precios que prevalecerían en una situación de competencia y no los observados, que podrían estar ya alterados por el ejercicio de esa posición de dominio.

El concepto clave asociado a la definición de mercado relevante, y que subyace en la aplicación del test del monopolista hipotético, es la intercambiabilidad o sustituibilidad del producto o servicio suministrados por la empresa objeto de estudio con respecto a otros productos competidores ya en el mercado e incluso con otros que pudiesen ser fabricados por oferentes potenciales. En la medida en que los bienes suministrados por la empresa sean fácilmente sustituibles por los de sus competidores, la capacidad de alterar la competencia por parte de esa empresa se verá francamente limitada. La sustituibilidad debe analizarse en una triple dimensión, por el lado de la demanda, por el lado de la oferta, y finalmente, la sustituibilidad potencial, que evalúa la posible entrada en el sector de los oferentes potenciales.

En la práctica, el concepto de mercado relevante se aplica a la mayoría de los casos examinados con mayor o menor precisión. En ocasiones el análisis es fundamentalmente intuitivo y se basa en elementos cualitativos. En otras, es necesario el empleo de técnicas cuantitativas sofisticadas que exigen no sólo abundancia de datos sino también especialistas capaces de aplicar esas técnicas. Como señala Whish, la definición exacta de mercado relevante es muy difícil de lograr. La idea básica es sencilla, pero su

aplicación es compleja dado que puede no haber datos suficientes, o los disponibles no ser del todo fiables o ser incompletos o deficientes, y además, en ocasiones, unos mismos datos pueden llevar a interpretaciones contradictorias sobre la naturaleza del mercado considerado.

La definición específica de cada uno de los tipos particulares de mercado relevante, de producto, geográfico o temporal, exigen medios algo distintos en cada caso. Sin embargo, el método básico es común en los tres supuestos. Aparte de la aplicación de la lógica del test del monopolista hipotético y del principio de sustituibilidad antes comentados, el análisis se realiza primero sobre la base de criterios cualitativos y después, si es necesario y factible, con el empleo de diversas técnicas cuantitativas. Entre los aspectos cualitativos que son objeto de consideración normalmente cabe citar: el análisis de las características del producto y los usos para los cuales ha sido concebido; la posible existencia de diferenciación de productos en ese mercado; la incidencia posible de costes de cambio de los consumidores; y la posibilidad de que otros productores fabriquen ese mismo producto. Se incluye también en este grupo de criterios cualitativos, la realización de encuestas a los consumidores y a las empresas participantes en el mercado, para saber cuál sería su respuesta ante cambios en el precio u otros aspectos determinantes de la oferta del producto analizado, así como los estudios de mercado que haya disponibles.

Si se dispone de datos fiables y el personal técnico adecuado, se podrán utilizar algunas de las varias técnicas cuantitativas que vienen siendo de aplicación en estos casos. Las que tienen una utili-

dad más directa para la definición del mercado relevante son la estimación de la elasticidad de la demanda respecto al precio y la elasticidad cruzada, es decir, de la demanda propia respecto a variaciones en el precio de productos competidores, pero no siempre se pueden obtener datos fidedignos que permitan calcular estas variables.

En ese caso, se pueden emplear otras técnicas de modo alternativo o complementario, tales como: el estudio de la correlación de precios; la cointegración multivariante; los análisis de causalidad; el estudio de hechos pasados (análisis de eventos); y el análisis de la pérdida crítica (*critical loss analysis*)¹⁵. Todas estas técnicas permiten una aproximación indirecta, pero eficaz en muchos casos, a la definición del mercado relevante y están siendo objeto de una atención creciente por las empresas y demás sectores profesionales ligados a la defensa de la competencia.

4.2. Determinación y evaluación del poder de mercado

Desde un punto de vista estrictamente económico, el poder de mercado se define como la capacidad de una empresa para mantener un precio de mercado por encima del que prevalecería en condiciones de competencia perfecta. Tal como hemos comentado en el apartado 3 de este artículo, la mera existencia de poder de mercado no debería ser motivo de preocupación para las autoridades de competencia. Si ese

poder de mercado se ha obtenido con un esfuerzo basado en el mérito y se ejerce de un modo respetuoso con las normas de competencia, puede ser beneficioso para la eficiencia económica y para el bienestar general. Sin embargo, cuando se sobrepasan esos límites y el poder de mercado se ejerce de un modo abusivo o inapropiado desde la perspectiva de la competencia, entonces se entra de lleno en el campo de aplicación de la PDC.

Por ello, es preciso efectuar un análisis cuidadoso del poder de mercado. Las cuestiones principales que conviene despejar partiendo del mercado relevante previamente definido, son las cuatro siguientes. Primero, si la empresa o conjunto de empresas que son objeto de estudio tiene o no poder de mercado. Segundo, cómo se debe medir el poder de mercado. Tercero, a partir de qué umbral se debe considerar preocupante el poder de mercado detentado por una empresa determinada. Y cuarto, si la empresa o conjunto de empresas está ejerciendo ese poder de mercado de un modo indebido o si está en condiciones de ejercerlo¹⁶.

La respuesta a la primera cuestión es inmediata. Como indica Motta, todas las empresas tienen algún poder de mercado,

¹⁶ Que una empresa ejerza su poder de mercado de un modo indebido es relevante para determinar si existe abuso de su posición de dominio o para valorar si se ha incurrido en prácticas contrarias a las normas de competencia. La cuestión de si una empresa puede ejercer poder de mercado es particularmente importante en el estudio de operaciones de concentración. En este último caso, la cuestión principal es determinar si la modificación de la estructura del mercado que se estudia puede ocasionar una alteración significativa de la competencia efectiva, en la que la creación y mantenimiento de una posición de dominio, que deriva directamente del poder de mercado, juega un papel destacado.

¹⁵ Véase una explicación sencilla de estas técnicas en Gutiérrez y Padilla (2005) y también en Dippon *et al.* (2005).

pues sólo en el mundo puramente teórico de la competencia perfecta cabe imaginar empresas que no lo tengan.

La segunda cuestión, de indudable importancia, es cómo medir el poder mercado, lo cual puede hacerse a través de tres enfoques distintos. El primero es un enfoque teórico, de difícil aplicación práctica; el segundo es el enfoque que viene utilizándose en la práctica desde hace tiempo y que podría denominarse enfoque tradicional; en tercer lugar, estaría el enfoque basado en técnicas cuantitativas novedosas, que amplía y complementa el enfoque tradicional.

Partiendo de la definición antes comentada, el poder de mercado vendría determinado por la diferencia entre el precio de mercado efectivamente cargado por la empresa y el coste marginal en que se incurriría para producir ese bien, dado que, en competencia perfecta, el precio debe igualarse al coste marginal y por tanto constituye el elemento de referencia lógico. Cualquier diferencia positiva entre el precio de mercado y el coste marginal es un indicador claro de la capacidad real de las empresas para actuar fuera del nivel de competencia. Esa es la base sobre la que se ha construido el índice de Lerner, que se define como $L_i = (P_{mi} - C_{mi})/P_{mi}$, donde P_m es el precio de mercado, y C_m el coste marginal.

Ahora bien, cuando se pretende utilizar este planteamiento para medir en la realidad el poder de mercado, surgen varias dificultades. Por una parte, es difícil obtener datos fiables de los costes marginales. Esto ha llevado a emplear costes medios en su lugar, lo cual desvirtúa en cierto sentido este enfoque, y aún así no se despeja del todo esa dificultad. Por otra parte,

si la empresa estudiada ya dispone de poder de mercado en una medida relevante, probablemente estará produciendo con costes por encima del nivel óptimo, al incurrir en ineficiencias productivas, con lo cual el sobreprecio que se estimaría con el índice de Lerner estaría subestimando su poder de mercado real.

Entraría en juego, entonces, el segundo enfoque referido, que se basa en varios procedimientos indirectos para estimar el poder de mercado, y que es el que habitualmente se utiliza. El primer paso sería medir el grado de concentración que existe en el mercado relevante. Para ello se emplean diversos indicadores, entre los que destaca la cuota de mercado¹⁷ y el índice Herfindhal-Hirschman (IHH)¹⁸, que se define como la suma de los cuadrados de las cuotas de mercado de las empresas participantes en el mercado relevante. Otros indicadores serían el número de empresas participantes en el mercado de referencia y el número de competidores que acumula una cuota de mercado significativa.

Normalmente, se establecen umbrales para la cuota de mercado y el IHH a partir de los cuales se considera que existe un nivel de concentración preocupante. También existen umbrales para diversos

¹⁷ La cuota de mercado es la parte del mercado relevante que capta la empresa o conjunto de empresas objeto de análisis. Normalmente se expresa como un porcentaje del total y se calcula a partir de datos del volumen o el valor de las ventas de la empresa. También puede usarse para indicar la cuota de un grupo de empresas líderes. En este caso, la expresión S_3 indica la cuota de las i empresas líderes en el mercado. Por ejemplo, $S_3 = 65\%$ indica que las tres primeras empresas de ese mercado captan el 65 por ciento de la cuota total.

¹⁸ En términos matemáticos, $IHH_i = \sum S_i^2$, donde S_i es la cuota de mercado de cada empresa participante en el mercado. Su valor máximo es 10.000.

propósitos, útiles en la aplicación de la PDC¹⁹. Por ejemplo, suele considerarse que existe una posición de dominio a los efectos del artículo 82 del Tratado de Roma cuando la cuota de mercado es superior al 40 por ciento. Por debajo del 30 por ciento de la cuota del proveedor, se aplican las exenciones por categorías en las restricciones verticales. Finalmente, por encima del 10 por ciento, los acuerdos horizontales dejan de considerarse *de minimis* de acuerdo a las directrices de la Comisión.

En todo caso, la utilización de la cuota de mercado y del IHH, aunque son indicadores potentes, debe hacerse con cuidado y siempre acompañada de la valoración de otros aspectos que son importantes a la hora de determinar el poder de mercado. Por eso es muy importante continuar la investigación de la posición de dominio a través del análisis de los competidores, de las barreras de entrada y salida en el mercado relevante, y del poder compensatorio de la demanda que puedan tener los clientes y proveedores de la actividad en cuestión. El análisis de las barreras de entrada es especialmente interesante. Los tipos de barreras de entrada que se deben considerar son: las legales; las que derivan de la propia estructura del mercado, y que por tanto, no pueden ser modificadas fácilmente por las empresas participantes, tales como los costes no recuperables, los costes de cambio que tengan los consumidores, las externalidades de red y la dificultad de acceso a ciertos recursos esenciales; y, finalmente, las barreras derivadas del propio comportamiento de las empresas, como son

los gastos en I+D o en publicidad, y las prácticas de exclusión de competidores, como el uso de precios predatorios, ventas ligadas, o las prácticas de creación de una reputación de conducta agresiva ante posibles intentos de acceso de nuevos competidores.

Finalmente, el último enfoque posible para determinar el poder de mercado es el que se basa en el uso de técnicas cuantitativas asociadas al empleo de la econometría. Pueden mencionarse al respecto, la estimación de las elasticidades de la demanda residual desarrollada por Baker y Bresnahan en 1985, y los modelos de demanda basados en la técnica *logit* inicialmente ideada por McFadden en 1973²⁰. La utilidad principal de estas dos técnicas es que permiten eludir los problemas de dimensionalidad, derivados de una excesiva acumulación de variables cuando se estudian, por ejemplo, mercados donde existe diferenciación de productos.

5. CONCLUSIONES

Hemos visto que la creciente importancia y éxito de la PDC radica en su aplicación imparcial e independiente, centrada en los objetivos de amparo y promoción de la competencia y orientada a la búsqueda del bienestar económico general y la eficiencia de los mercados. El mantenimiento de esa perspectiva en el futuro será una garantía de que continuará el arraigo de esta política entre los agentes

¹⁹ Véase por ejemplo una relación exhaustiva de umbrales de la cuota de mercado en Whish (2003).

²⁰ Para una explicación detallada de estas dos técnicas puede consultarse Motta (2005), páginas 124-134. La modelización *logit* es semejante a la regresión tradicional salvo que utiliza como función de estimación la función logística en vez de la lineal.

económicos y se obtendrán los mejores frutos de su esfuerzo.

La PDC es una materia esencialmente económica y, por ello, el pensamiento económico ha efectuado y continuará efectuando importantes aportaciones al fundamento de esa política, a su definición y orientación, y al análisis de casos que son objeto de estudio por las autoridades de defensa de la competencia. En estos momentos, la línea de pensamiento que está realizando una aportación más destacada a la PDC es la llamada Nueva Economía Industrial Empírica, que analiza situaciones de competencia imperfecta partiendo del paradigma ECR y de las contribuciones de la escuela neoclásica y de la teoría de juegos, con aspectos tomados de una interpretación darwinista aplicada a lo económico y la incorporación de una perspectiva dinámica.

En lo referente a la definición y orientación de la PDC es justo reconocer que la motivación económica no es la única, ni acaso deba ser la más importante en ciertas ocasiones, pero es sin duda la que presta una mayor legitimidad y un mejor fundamento a esta política. El análisis del apartado 3 nos ha permitido definir con más claridad la PDC y discriminar entre diversas orientaciones de esa política que son coherentes con la eficiencia económica, así como determinar con más exactitud el coste de oportunidad de dirigir la PDC hacia objetivos distintos del bienestar económico general.

Se ha revisado también, de un modo somero, la aplicación de las técnicas modernas derivadas del análisis económico y la econometría al análisis de casos. En este sentido, hemos visto cómo el estudio

de los casos es cada vez más técnico y sofisticado, una tendencia que no hará sino reforzarse en el futuro.

Para terminar, tres breves observaciones. En primer lugar, creo que es conveniente tratar de definir siempre, del modo más claro posible, qué se persigue con la PDC, sean cuales sean los objetivos que se intenten conseguir. Ello añade más transparencia a su aplicación y se puede valorar mejor la racionalidad del esfuerzo público. Esto debe ir unido a una aplicación de esta política lo más independiente posible y a una actuación imparcial por parte de los órganos ejecutivos de la PDC.

En segundo lugar, dada la complejidad creciente del análisis de casos, debería hacerse un esfuerzo para dotar a los órganos centrales y autonómicos encargados de la aplicación de la PDC en España de los mejores medios técnicos, humanos y materiales para afrontar el reto de la incorporación de esas nuevas técnicas y procedimientos analíticos. En lo referente a los órganos autonómicos, estamos asistiendo a una fase inicial de su puesta en marcha, lo que debería aprovecharse para proveerlos de medios en la línea indicada. Respecto a los órganos centrales, el proyecto de ley de reforma de la LDC es una excelente oportunidad en este sentido.

Por último, creo que sería conveniente tratar de estimular nuevas iniciativas que analicen la PDC desde una perspectiva económica. Esto es especialmente necesario en España, donde el enfoque predominante es el jurídico y no parece que se preste, por el momento, una atención especialmente destacada a los aspectos económicos de esta política.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSEN, E.S. (2006): Schumpeter's General Theory of Social Evolution: The early version, Paper for the Conference on Neo-Schumpeterian Economics, Trest.
- BARBER, W.J. (1982): *Historia del Pensamiento Económico*, Alianza Universidad, Madrid.
- BORRELL, J.R. (2005): *Una metodología para el análisis de la competencia en los mercados. Lecciones de la experiencia comparada*. Universitat de Barcelona.
- CABRAL, L. (1997): *Economía industrial*, McGraw-Hill, Madrid.
- CARLTON, D. W.; PERLOFF, J. M. (2004): *Modern Industrial Organization*, Boston, Pearson Addison Wesley.
- DIARIO OFICIAL DE LA UNIÓN EUROPEA (9/12/1997): «Commission notice on the definition of the relevant market for the purposes of Community competition law»
- DIARIO OFICIAL DE LA UNIÓN EUROPEA (2004/C 31/03): «Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas».
- DÍAZ ESTELLA, F. (2001): «Algunas consideraciones en torno a la Comunicación sobre Definición de Mercado Relevante de la Comisión Europea y las Merger Guidelines del Departamento de Justicia de EEUU», en Anuario de la Competencia 2001, Fundación ICO-Marcial Pons, pp. 321 a 349.
- DIPPON, C.; LEONARD, G.; WU, L. (2005): «Application of empirical methods in merger analysis». NERA Economic Consulting.
- FERNANDEZ ORDOÑEZ, M.A. (2000): *La competencia*, Alianza Editorial, Madrid.
- GAL, M.S. (2003), *Competition Policy for Small Market Economies*, Harvard University Press, Cambridge.
- GUTIERREZ, I. y PADILLA, A.J. (2005): «Economía de la competencia», en BENEYTO PÉREZ, J.M. (2005): *Tratado de derecho de la competencia. Unión Europea y España*, Vol. I., Bosch, Barcelona.
- IVALDI, M. et alia (2003): «The Economics of Tacit Collusion», Final Report for DG Competition, European Commission.
- IVALDI, M. y VERBOVEN, F. (2002): «Quantifying the effects from horizontal mergers in European Competition Policy».
- KAHN, A.E. (1988): *The Economics of Regulation. Principles and Institutions*, The MIT Press, Cambridge.
- KWOKA, J.E.; WHITE, L.J. (2004): *The Antitrust Revolution. Economics, competition, and policy*, Oxford University Press. Oxford.
- METCALFE, J.S. (1998): *Evolutionary Economics and Creative Destruction*, Routledge, Londres.
- MOTTA, M. (2005): *Competition Policy, theory and practice*, Cambridge.
- NORMAN, G.; THISSE, J.F. (2000): *Market structure and competition policy. Game-Theoretic approaches*. Cambridge University Press.
- ORDOVER, J. A. (1990): «Economic Foundations of Competition Policy» en *Competition Policy in Europe and North America: Economic Issues and Institutions*. Harwood Academic Publishers.
- PASCUAL Y VICENTE, J. (2002): *Diccionario de Derecho y Economía de la Competencia en España y Europa*, Civitas, Madrid.
- SEGURA, J. (1993): *Teoría de la Economía Industrial*, Civitas, Madrid.
- SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA: «Elementos esenciales del análisis de concentraciones económicas por parte del Servicio de Defensa de la Competencia», Subdirección General de Concentraciones. Ministerio de Economía y Hacienda. España.
- SUZUMURA, K. (2003): «Competition, Welfare, and Competition Policy», Institute of Economic Research, Hitotsubashi University and Competition Policy Research Center, Fair Trade Commission of Japan.
- TIROLE, J. (1990): *La Teoría de la organización industrial*, Ariel Economía, Barcelona.
- WHISH, R. (2003): *Competition Law*, Lexis Nexis Butterworths, United Kingdom.
- WU, L. (2004): *Economics of Antitrust. New issues, questions, and insights*. NERA.