

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**RAZONES QUE FUNDAMENTAN LA
NECESIDAD DE FORTALECER LA POLÍTICA
DE COMPETENCIA EN ANDALUCÍA: LOS
RETOS Y LA PROBLEMÁTICA DE LA
ECONOMÍA COLABORATIVA.**



Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO



**RAZONES QUE FUNDAMENTAN LA
NECESIDAD DE FORTALECER LA POLÍTICA
DE COMPETENCIA EN ANDALUCÍA:**

**LOS RETOS Y LA PROBLEMÁTICA DE LA
ECONOMÍA COLABORATIVA.**

VÍCTOR GARCÍA FLORES

SEVILLA, 16 DE MARZO DE 2018

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS TEÓRICO Y CONTEXTUAL	6
1. Una reflexión sobre política de competencia.	6
2. Argumentos teórico-económicos para la defensa de la competencia.	7
3. Política de competencia desde un punto de vista internacional.	8
4. Efectos de la política de competencia:	9
5. El contexto de la Estrategia Europa 2020 y sus objetivos.	14
6. Economía colaborativa; Contribución al logro de las iniciativas emblemáticas.	18
CAPÍTULO 2: LA POLÍTICA DE COMPETENCIA EN ANDALUCÍA. IMPLICACIONES PARA EL PLAN ECONÓMICO DE ANDALUCÍA 2020.	19
1. Introducción.	19
2. Andalucía, crecimiento y política de competencia.	20
3. ¿Por qué fortalecer la política de competencia en Andalucía?	21
4. Situación de la competencia en Andalucía:	25
5. Plan económico Andalucía 2020:	26
5.1 Innovación y crecimiento en Andalucía.	29
5.2 Competencia, renta disponible y crecimiento económico (Eficiencia productiva en Andalucía).	31
CAPÍTULO 3: LA INCIDENCIA DE LA REGULACIÓN EN INNOVACIÓN SOCIAL Y LA ECONOMÍA COLABORATIVA.	34
1. Introducción:	34
2. Competencia y Economía colaborativa; Una nueva forma de entender las relaciones económicas.	34
3. Regulación de la Innovación Social y la Economía Colaborativa.	36
4. Justificación del desarrollo normativo: El principio de necesidad.	38
5. Especialización inteligente e innovación social.	39
6. Andalucía; Innovación social y economía colaborativa.	40
7. Un caso particular de economía colaborativa: El caso del alquiler de la vivienda vacacional.	40
8. Análisis de requisitos el caso del sector alquiler de la vivienda vacacional:	41
9. Un caso especial: El Crowdfunding.	42



ANEXO: EVIDENCIA EMPÍRICA DE LA RELACIÓN ENTRE POLÍTICA DE COMPETENCIA Y CRECIMIENTO ECONÓMICO.....	43
1. Introducción.....	43
2. Síntesis de casos y estudios que evidencian empíricamente la relación política de competencia y crecimiento.....	44
3. Análisis detallado de dos estudios que demuestran empíricamente la relación entre competencia y crecimiento.....	47
3.1 Relación existente entre competencia y crecimiento a través del modelo clásico (Campo, 2014).....	47
3.2 Análisis de si de una mayor competencia local y una menor concentración del dominio de mercado contribuyen a una mayor riqueza económica (Palma y Pulido, 2015).....	51
4. La efectividad de la política de competencia para el crecimiento económico: EL CASO AUSTRALIANO.....	55
Bibliografía	62

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS TEÓRICO Y CONTEXTUAL

1. Una reflexión sobre política de competencia.

La política de competencia podríamos definirla como aquel medio que tienen las autoridades para preservar el funcionamiento eficiente de los mercados, acabar con prácticas anticompetitivas y fomentar la lucha interempresarial de forma eficaz (Maudos y De Guevara, 2007).

En primer lugar creemos necesario dejar clara y evidenciada la relevancia de la política de competencia desde un punto de vista moral y práctico.

Desde un punto de vista moral la competencia lleva intrínsecamente implícito el concepto de “libertad”. La posibilidad de tener libertad por parte de los agentes económicos en el mercado se traduce en un comportamiento y unas actuaciones según las preferencias e intenciones de éstos. La libre elección del consumidor, siempre que se preserve la salud pública, el orden público y el interés general, es esencial para cualquier economía de mercado que tenga el fin de ser eficiente. Realmente la libertad ha sido un derecho fundamental reclamado desde el inicio de las civilizaciones, por tanto, si relacionamos competencia y libertad, hay que afirmar que debemos tener una efectiva competencia para lograr que el ser humano sea un ente con mayor libertad.

La libertad como concepto global ayuda al crecimiento personal, al desarrollo físico y espiritual de la persona. Esto es extrapolable al crecimiento económico de una sociedad, ya que la política de competencia a través de diversas vías (que a lo largo de este trabajo vamos a ir desarrollando) ayuda a aumentar la competitividad y el crecimiento que son las claves del desarrollo social. Muestra de ello es que aquellas economías en las que hay un menor índice de libertad económica, siguiendo las puntuaciones asignadas por el Fraser Institute, son las que tienen un PIB per cápita más bajo. Economías como Venezuela presentan un bajo índice de libertad económica, y muy baja riqueza per cápita.

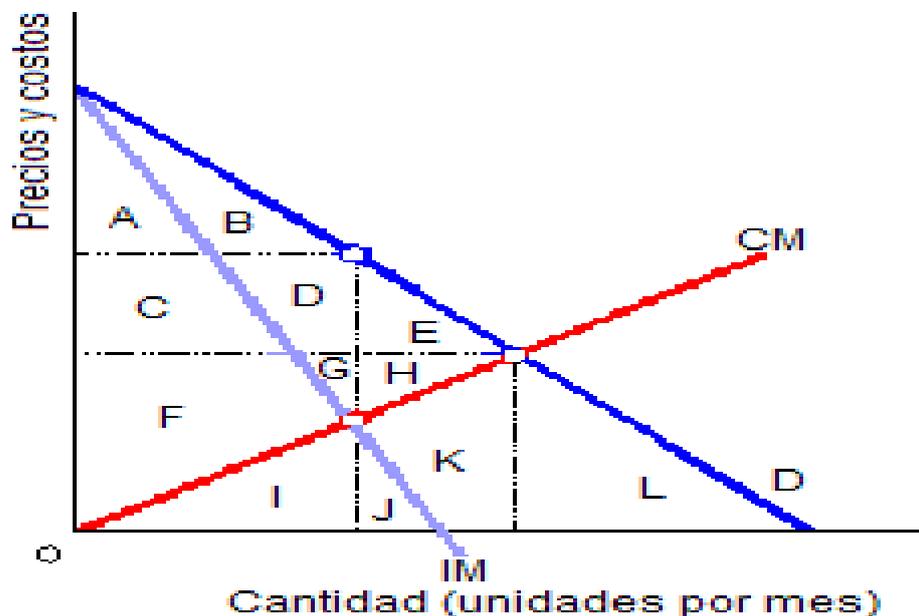
Seguendo a Porter (1991) el concepto de competencia hace referencia a la continua lucha entre empresas para obtener ventajas competitivas. La absoluta libertad de mercado suele resultar predatoria, por eso se necesita encaminarnos hacia una buena regulación que respete los principios de necesidad, efectividad, eficiencia y proporcionalidad, con el objetivo de obtener unas “reglas del juego” que permitan el desarrollo de la actividad económica. Si logramos este marco, la competencia ayudará a la consecución de crecimiento económico y todo lo que con ello se deriva. Cuando no existe competencia efectiva en un mercado, aparecen los llamados monopolios, que se apropian de la renta extraordinaria perjudicando el bienestar del consumidor y el bienestar general.

Esto sitúa a las empresas en posiciones privilegiadas, lo que les hace a menudo obtener ante los poderes políticos tratos de favor en materias fiscales, legales, laborales etc... Esta situación, que suele provocar en la sociedad una enorme desafección, impidiendo que se llegue al crecimiento potencial del país.

2. Argumentos teórico-económicos para la defensa de la competencia.

Harberger (1954) señala “Una de las primeras cosas que aprendemos cuando se empieza a estudiar la teoría de precios es que el principal efecto del monopolio es la mala asignación de recursos, que reduce el bienestar agregado, y redistribuye el ingreso en favor del monopolista”. La competencia es el mejor instrumento para combatir monopolios, evitando obtener beneficios extraordinarios a los productores, y aumentando la satisfacción y el bienestar del consumidor.

GRÁFICA 1. EXCEDENTE DEL CONSUMIDOR DESGLOSADO.



Fuente: Rivas, L., García, J., Seré, C., Rivas, L., & CIAT, P. P. T. (1992). *Modelo de análisis de excedentes económicos (MODEXC)*. CIAT, Cali, Febrero, 1.

En condiciones idílicas de política de competencia, nos encontraríamos en competencia perfecta. En este caso, si observamos la gráfica 1, el excedente del consumidor sería $A + B + C + D + E$ y el excedente del productor sería la zona $F + G + H$.

Cuando existen monopolios sucede lo que anteriormente hemos mencionado; beneficio extraordinario para el productor o productores que coludan. En este segundo caso, si volvemos a fijarnos en la gráfica 1, el excedente del consumidor sería sólo $A+B$ y el excedente del productor pasaría a ser $C+D+F+G$. Como vemos en monopolio $C + D$ se trasladan al productor y $E + H$ se transforman en una pérdida irrecuperable lo que supone una peor situación general.

La política de competencia tiene como objetivo que no se produzca esa pérdida de bienestar derivada de la colusión y la falta de competencia real. Esto es fundamental para el crecimiento

económico, ya que un mayor bienestar de los consumidores se traduce en una mayor confianza del individuo, lo que se materializa a su vez en una mayor demanda y un mayor consumo provocando un incremento productivo.

Este fallo del mercado, como es la existencia de monopolios, podría ser perfectamente paliado en algunos casos por el auge de la economía colaborativa. Por poner un caso práctico, los taxistas se enfrentan a una curva de demanda como la existente en monopolio. La introducción de plataformas como Uber podría acabar con esto de manera rápida y eficaz, ya que introduciría competencia en el mercado haciendo que los taxistas -que son los oferentes monopolistas- perdieran su excedente a favor de los consumidores. Además, siguiendo la teoría expuesta habría un aumento general del nivel de bienestar.

3. Política de competencia desde un punto de vista internacional.

En un mundo inmerso en un proceso absoluto de globalización, debemos ser conscientes de que las empresas deben mejorar su competitividad, no solo con respecto a las empresas nacionales, sino también con las internacionales.

The Global Competitiveness Report of the World Economic Forum 2012-2013 define competitividad como "el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país".

Hoy día existe una interdependencia cada vez mayor de las economías mundiales, lo que supone una tendencia irreversible: la inversión extranjera directa según datos de la Comisión Europea (2013) ha superado el 30 % del PIB mundial antes de la crisis, y el comercio mundial había crecido una media del 5,3 % anual durante las dos últimas décadas. La aparición de grandes agentes económicos ha provocado que se realicen inversiones recíprocas en sus economías. La globalización de la economía requiere una relación más cercana entre las autoridades de competencia a nivel mundial. La cooperación internacional entre las agencias de competencia, al igual que sucedería con las de ámbito local, deben enfrentarse a la correcta gestión de los desafíos de la globalización y promocionar la convergencia de prácticas de competencia aplicadas en todo el mundo. Es fundamental que se garantice la cooperación entre las distintas autoridades y la coherencia en el resultado de sus actividades de aplicación de las normas.

Esta creciente globalización también se nota en la economía colaborativa, la plataforma social Uber ha pasado de América a Europa, intentado instalarse en territorio europeo. La plataforma está disponible actualmente en 19 de los 28 países de la Unión Europea. Uber ha avanzado con funcionarios del gobierno en el Reino Unido, Bélgica y los Países Bajos, pero se ha topado con problemas en Francia, Alemania y España. Estos tres países han mostrado reticencias tanto con la forma en que la empresa hace negocios, como en la forma en que los usuarios y conductores interactúan a través de su aplicación. Algo que resulta incomprensible desde el punto de vista de la competencia, ya que supone una oportunidad perdida para conseguir que el sector transporte sea más eficiente.

Lo cierto es que hemos entrado en un sistema en el que si conseguimos una competencia efectiva, se llevará a cabo un proceso convergente hacia la homogeneidad entre empresas, donde las mejoras en sus procesos productivos y su productividad serán entendidas como una

diferenciación para un corto periodo de tiempo. Esto se debe a que las mejoras e innovaciones serán imitadas por los competidores más rezagados en el medio plazo, lo que hace que las empresas tengan que estar continuamente compitiendo e innovando lo que permite al consumidor obtener productos a menor precio y mejor calidad. Fruto de esta innovación y competencia surgen fenómenos como el de la economía colaborativa, que se postula como una forma de innovación social.

4. Efectos de la política de competencia:

Este epígrafe trata de ofrecer una visión teórica, explicando a través de qué canales, la competencia produce crecimiento económico. Además se mostrará en cada subepígrafe casos reales de cómo a través de un canal específico, la competencia ha favorecido al crecimiento. Son tres los canales principales que podemos distinguir y que a continuación pasamos a detallar.

Eficiencia productiva.

La competencia conduce a la utilización de los inputs de la forma más eficiente para que sea posible suministrar los bienes y servicios a los más bajos costes posibles. A través del canal de la eficiencia, la competencia conduce a las empresas que no son suficientemente eficientes fuera del mercado, permitiendo que sean sustituidas por nuevas compañías que sean eficientes y que compartirán mercado con el resto de empresas de estas mismas características.

Cuando la competencia es efectiva, los consumidores tienen la opción de elegir los productos más baratos de la calidad que ellos deseen. Las empresas se enfrentan a una continua lucha por mantener los costes bajos y usar sus recursos de la forma más eficientemente posible. Si las empresas no hacen esto, se enfrentan al riesgo de tener que salir del mercado. Este riesgo de salir del mercado se vería disminuido para las empresas ineficientes si no hay competencia, lo que significaría precios más elevados y un menor consumo.

Como decimos, un importante elemento es mantener bajos los costes, para poder mantener bajos los precios. Por lo tanto, la competencia es el motor para bajar los precios de los inputs lo que tiene efectos colaterales positivos en los otros mercados donde el input es usado como output. Todo ello nos provoca bajos precios en general, que tienden a estimular la demanda.

Para demostrar el efecto de la competencia en este sentido, esbozaremos el caso del sector de telefonía móvil a partir de los diferentes datos e informes que facilita la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (de ahora en adelante, CMT).

En línea con lo que venimos hablando en este subepígrafe, hay que señalar que el gran auge de este sector se debe en gran parte a un aumento de la competencia, puesto que hasta el año 2005 tan solo había en España tres empresas comercializadoras de telefonía móvil (Movistar, Vodafone y Orange). Además, la rigidez en las ofertas y los requisitos de permanencia, prácticamente evitaban que existiese un flujo de clientes que se pasaran de una empresa a otra en búsqueda de tarifas más baratas (Calzada y Estruch: 2011).

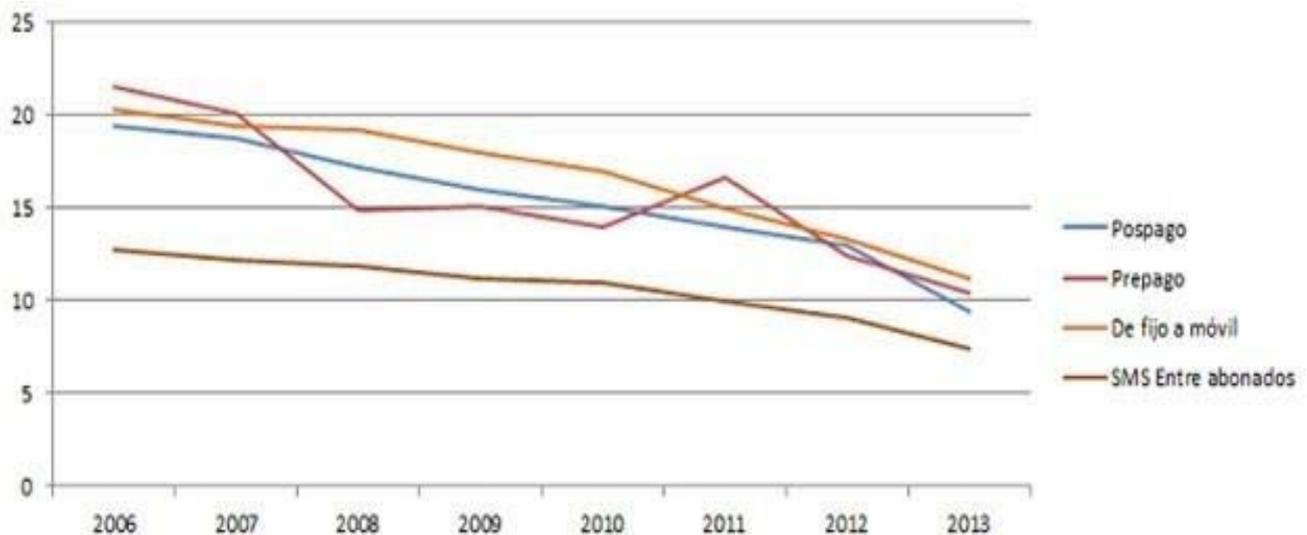
Es en el año 2006 cuando por ley se obliga a las empresas Movistar, Vodafone, Orange y a la recién fundada Yoigo a permitir el acceso a sus redes a los Operadores Móviles Virtuales (de

ahora en adelante, OMV). Esto conseguía eliminar una gran barrera de entrada al mercado de telefonía móvil ya que anteriormente la penetración en el mercado exigía una inversión muy elevada a la que muy pocas empresas podían hacer frente. A partir de entonces comenzaron a entrar nuevos competidores en el mercado. En 2006 ya había 7 empresas comercializadoras; en 2007 aumentó su número hasta las 13; en 2008 había 22 y en 2009 se alcanzó la cifra de 43 empresas oferentes de servicios de telefonía móvil (Calzada, 2013).

La entrada al mercado de nuevas empresas eficientes se tradujo en que consiguieran ofertar un producto muy similar o idéntico a un precio menor. Al haber competencia, las empresas consiguieron ser más eficientes, disminuyendo su coste de producción y reflejándolo en el precio del output.

Sólo hay que ver los datos mostrados por el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y Sistemas Informáticos (de ahora en adelante, ONTSI) que muestran como en 2006 el precio de una línea de prepago era superior a los 20 céntimos de euro por minuto, y en la actualidad se sitúa en menos de 10,50 céntimos de euro por minuto. El gráfico 2 refleja mejor esta bajada de precio que se ha ido produciendo desde la entrada de competidores en este sector dónde podemos observar cómo desde 2006 (año en el que se eliminan las barreras de entrada), los precios han caído año tras año, siendo el principal beneficiado el consumidor.

GRÁFICA 2: EVOLUCIÓN DEL PRECIO DEL MINUTO EN CÉNTIMOS DE EUROS.



Fuente: Lorenzana (2014) EnNaranja.com Datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Eficiencia dinámica.

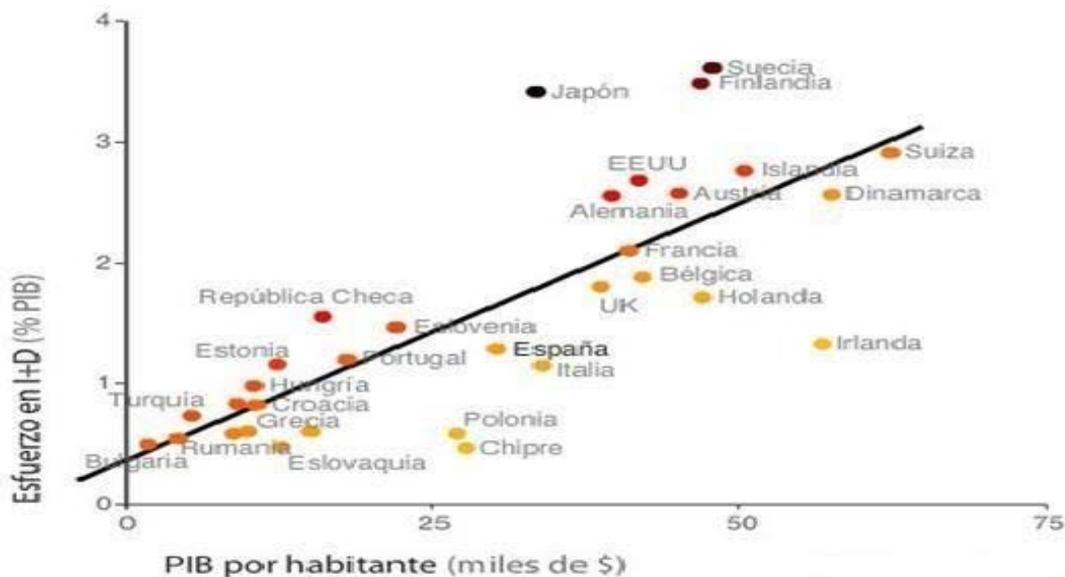
La competencia lleva a las compañías a innovar y a crear nuevos productos y servicios para ganar cuota de mercado. Así la competencia se convierte en guía para el progreso tecnológico a través del canal de la innovación. Hemos hablado de la importancia de la innovación, para diferenciarse y obtener ventajas competitivas temporales. Pero resulta evidente que deberíamos hacer una

reflexión, acerca del marco jurídico en el que queremos que surjan las innovaciones que provoquen crecimiento económico.

Cuando hay necesidad de competir las empresas tienen que reinventarse continuamente y entramos en el juego de la innovación. Las empresas se ven abocadas a la investigación para desarrollar innovaciones que les permitan diferenciarse de sus competidores y así obtener ventajas competitivas. La competencia se comporta como el impulso necesario para que haya investigación y tengamos como resultado innovaciones, tanto, en los productos como en los procesos de elaboración de los mismos. Son estas innovaciones las que permiten producir de forma más eficiente, provocando que las empresas puedan tener una mayor producción potencial y real, lo que permite que se produzca el crecimiento económico.

A continuación mostramos la gráfica 3, la cual resulta muy significativa ya que podemos observar la relación del PIB y la innovación.

GRÁFICA 3: RELACIÓN ENTRE INVERSIÓN EN I+D Y RIQUEZA.



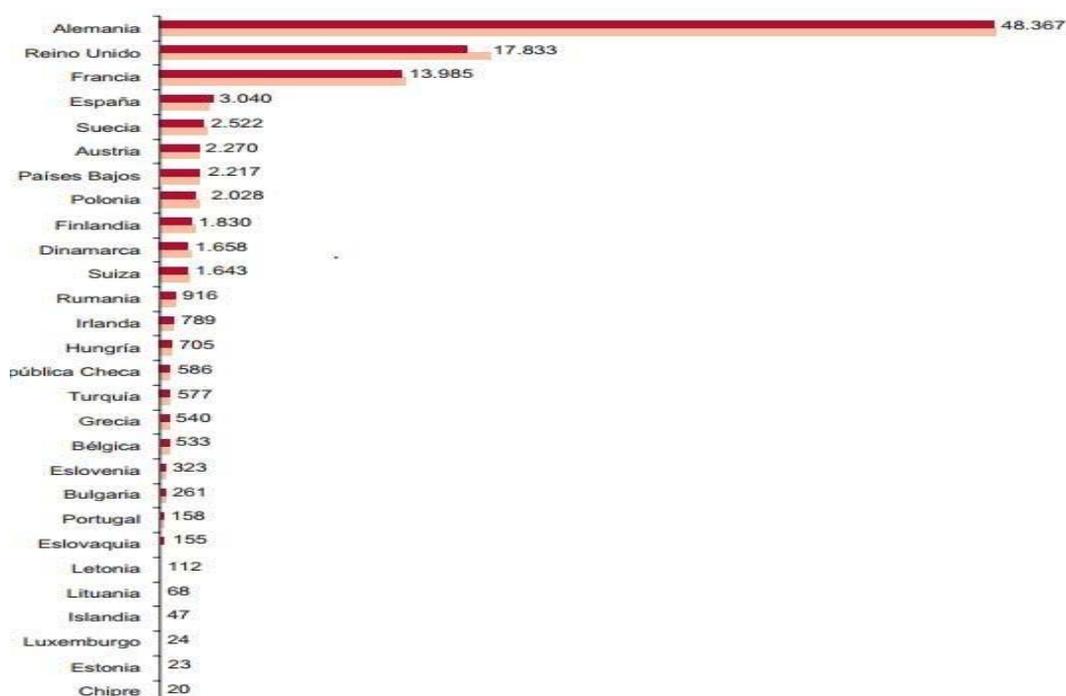
Fuente: Jesús Fonseca (2012) para ensilicio.com Datos: Eurostat.

La gráfica 3 viene a demostrar que los países más poderosos gastan más, y, además, podemos observar que los países más ricos dedican un porcentaje mayor de su riqueza a la innovación. Esto viene a ratificar el argumento que nosotros venimos defendiendo acerca de que la innovación es el camino para crecer. Las empresas de los países más desarrollados (EEUU, Suiza, Alemania...) lo conocen, y es por ello que dedican una buena parte de sus recursos a esta actividad. Cada vez más, a día de hoy, los países están apostando por un sistema productivo que se basa en el conocimiento y en el desarrollo tecnológico. Si reflexionamos acerca de esto, parece fundamental para los países que quieran seguir a la cabeza del crecimiento fomentar la innovación, y la competencia es el mejor estímulo para ello. El aumento de la competencia desencadenará un proceso que favorece la innovación en las empresas y conduce a la diversificación, aumento de la eficiencia, disminución de costes, atracción de diversas fuentes de

inversión, creación de empresas derivadas, el acceso a nuevos mercados y en definitiva crecimiento.

Es importante que un país realice una apuesta fuerte en I+D tanto por parte gubernamental, como por las empresas privadas. Esto provocará una mayor productividad y un mayor número de productos de alto valor añadido susceptibles de ser patentados.

FIGURA 1: PATENTES DE ALTA TECNOLOGÍA.SOLICITUD DE ALTA DE PATENTES POR PAÍSES.



FUENTE INFORME DE LA OMPI SOBRE PATENTES. (2006). Estadísticas sobre las actividades en materia de patentes a escala mundial.

Como vemos en la figura 1, elaborada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (de ahora en adelante, OMPI), existe una relación inversa entre los países que tienen registrados un elevado número de patentes (que representan la innovación) y el grado en el que han sufrido la crisis. Países como Alemania o Francia en 2006 habían registrado un número de patentes bastante superiores a los países que más han sufrido la crisis como pueden ser España, Grecia o Chipre.

Esto último nos indica que aquellos países cuyo modelo de crecimiento está ligado al I+D+I soportan mejor los vaivenes de la economía que aquellos que se basaban en otras actividades (servicios, construcción, etc.) como motor del país. Por todo ello debemos velar por una competencia efectiva que garantice la construcción de un tejido empresarial basado en servicios innovadores y competitivos.

Con respecto al asunto de que la competencia se convierta en el motor de la innovación, y por tanto del crecimiento económico, en algunos países encuentra obstáculos por parte de sus propios ciudadanos que no tienen suficientemente asumida una cultura de la competencia y no entienden que empresas como las que operan en el sector farmacéutico, estanco o del transporte podrían competir en el mercado como cualquier otra empresa (Petitbó: 2015).

Esta percepción social, es a menudo la que lleva a las autoridades políticas a no desarrollar determinadas liberalizaciones totales o parciales de los sectores, que llevaría a que hubiera una mayor competencia y por tanto un funcionamiento más eficiente de ese sector del mercado. La liberalización puede ser positiva para favorecer la actuación del mercado siempre que no se vulnere la protección social y el interés general.

Si el objetivo es que la competencia anime la innovación para conseguir crecimiento económico, resulta indispensable una regulación que proteja los procedimientos de innovación. Si todas las empresas pudieran acceder a sus innovaciones sin invertir, ninguna invertiría en innovación (García Hidalgo, Palma Martos, 2014). Es por ello que la regulación en este caso se hace esencial para que no se ocasionen comportamientos de *free-rider* y pueda producirse crecimiento económico real.

La eficiencia asignativa.

Es el efecto de menor relevancia según afirma el documento elaborado por el Parlamento Europeo (2014): “The contribution of competition policy to growth and the EU 2020 Strategy”. La competencia pilota a las empresas para producir únicamente aquellos bienes y servicios que los consumidores demandan. La asignación eficiente garantiza que los productos serán colocados en el mercado y por tanto no se incurrirá en sobras y productos excedentarios, lo que hará que en este sentido las empresas eficientes no tengan pérdidas.

Principales motores del crecimiento económico

FIGURA 1.1: CUADRO RESUMEN DE LOS PRINCIPALES MOTORES DE CRECIMIENTO.

Motores de crecimiento	Descripción
Efectos sobre la eficiencia	La eficiencia es un incentivo para reducir costes y competitividad
Efecto sustitución.	La competencia permite a las empresas eficientes sustituir a los competidores ineficientes.
Efecto innovación	La competencia ofrece a las empresas el incentivo para innovar, diferenciándose ellos y permitiendo obtener una ventaja comparativa.
Inversiones	Las inversiones son necesarias para innovar y construir el capital, incluyendo capital humano, todo lo cual lleva al crecimiento económico.
Bienes públicos	Un servicio de interés económico general puede no ser suficientes para en un mercado con una competencia efectiva.
Efecto precio	Los precios más bajos significa un nivel de vida más alto, salarios reales mayores.
Ampliación de mercado	La competencia crea mercados más amplios, que probablemente sean más eficaces y mejoraren los efectos beneficiosos de la competencia.

Elaboración propia. Fuente: Comisión Europea (2012a), "Informe sobre la política de competencia 2011".

5. El contexto de la Estrategia Europa 2020 y sus objetivos.

En este apartado trataremos de analizar la política de competencia en el marco de la Unión Europea bajo la Estrategia Europa 2020, la cual sustituye a la Estrategia de Lisboa 2000-2010. Podemos declarar por tanto que la Estrategia Europa 2020 es el nuevo marco fundamental de coordinación de políticas económicas en la Unión Europea para esta década.

La Estrategia Europa 2020 surge en un entorno donde coexisten fenómenos socioeconómicos fundamentales; la globalización y la revolución tecnológica. Por ello las instituciones europeas consideran un objetivo político prioritario el avanzar hacia una sociedad – y una economía – basadas en el conocimiento y la innovación (Gonzalez Vázquez: 2012) .

Se afirma que la Unión Europea necesita una estrategia que nos ayude a salir fortalecidos de la crisis y convierta a la UE en una economía inteligente, sostenible e integradora que disfrute de altos niveles de empleo, de productividad y de cohesión social. Europa 2020 constituye una visión de la economía social de mercado de Europa para el siglo XXI.

Como acabamos de ver la Estrategia propone tres prioridades que se refuerzan mutuamente:

- Crecimiento inteligente: desarrollo de una economía basada en el conocimiento, la innovación, las TICs y la investigación.
- Crecimiento sostenible: promoción de una economía que utilice más eficazmente los recursos, que sea verde y más competitiva.
- Crecimiento integrador: fomento de una economía con un alto nivel de empleo que redunde en la cohesión económica, social y territorial. Se busca la igualdad de oportunidades y la lucha contra la pobreza.

Estas tres líneas que marca la Estrategia Europa 2020 se traducen en 5 objetivos concretos determinados por la Comisión Europea (2010):

- “El 75 % de la población de entre 20 y 64 años debería estar empleada”.

-“El 3 % del PIB de la UE debería ser invertido en I+D”.

-“Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero al menos en un 20 % en comparación con los niveles de 1990, o en un 30 % si se dan las condiciones al efecto; incrementar el porcentaje de las fuentes de energía renovables en nuestro consumo final de energía hasta un 20 % y en un 20 % la eficacia energética”.

-Un objetivo educativo centrado en los resultados, que aborde el problema del abandono escolar, reduciéndolo al 10 % desde el actual 15 % y que incremente el porcentaje de la población de entre 30 y 34 años que finaliza la enseñanza superior del 31 % a por lo menos el 40 % en 2020;

-“El riesgo de pobreza debería amenazar a 20 millones de personas menos”.

Para la consecución de estos objetivos de crecimiento se establecen una serie de iniciativas emblemáticas que van a ser el objeto de estudio de cómo la política de competencia podría ayudar a conseguir éstas como resultado directo, y los objetivos finales como resultado indirecto.

A continuación pasaremos a enunciarlas y a contrastar cómo la política de competencia puede ayudar al cumplimiento de éstas siguiendo la línea utilizada por la Comisión (2013)

- **Unión por la innovación**, con el fin de mejorar las condiciones generales y el acceso a la financiación para investigación e innovación y garantizar que las ideas innovadoras se puedan convertir en productos y servicios que generen crecimiento y empleo.

En este campo, la política de competencia puede ayudar animando, incitando y estimulando la innovación. En cambio, no podrá solucionar el problema de acceder a la financiación necesaria para conseguir la innovación. Además resultará fundamental para que haya innovación que exista un marco en el que se registren patentes y se proteja la propiedad intelectual. No obstante, las patentes son muchas veces usadas para bloquear el acceso de la competencia a los resultados de la investigación (Gonzalez Vázquez, 2012).

Un ejemplo claro es el de los smartphones, ya que para diseñarlos hacen falta cientos de patentes (compatibilidad para intercambiar información) y a menudo los dueños de las patentes se convierten en poseedores de un inmenso poder de mercado. Muestra de ello es que en 2012 la Comisión Europea investigó a Samsung y en 2014 a Motorola por impedir el acceso a sus patentes fundamentales.

- **Juventud en movimiento**, para mejorar los resultados de los sistemas educativos y facilitar la entrada de los jóvenes en el mercado de trabajo. Aquí la competencia puede tener un papel menos relevante, aunque siempre habrá que destacar que en existencia de competencia disminuirán los precios, lo que facilitará a los jóvenes con más escasez de recursos tener una mayor movilidad.

Afirmamos esto último porque la competencia posibilita precios muy competitivos para moverse por Europa permitiendo lograr una mayor cohesión social al estar en contacto directamente con otras culturas. Esto es así gracias al proceso iniciado en el ámbito del transporte aéreo a partir de tres Reglamentos comunitarios de 1992: el 2407, 2408 y 2409, de 23 de julio –relativos a la concesión de licencias, al acceso a las rutas intracomunitarias, y, a las tarifas y fletes– cuando se inicia la liberalización del ejercicio de derechos de tráfico aéreo en las rutas intracomunitarias.

- **Una agenda digital para Europa**, con el fin de acelerar el despliegue de internet de alta velocidad y beneficiarse de un mercado único digital para las familias y empresas. El impulso de las TICs es otro pilar de relevancia de Europa 2020. En el sector de las telecomunicaciones la política de competencia es vital para garantizar el acceso a las TICs en condiciones ventajosas (Gonzalez Vázquez, 2012).

Algunos de los antiguos monopolios aún abusan de su posición dominante (infraestructuras...), lo que se traduce en perjuicios para los consumidores¹⁷ Si lo que queremos es obtener un mercado digital único, la política de competencia ya ha facilitado la competencia en este sector, consiguiendo eliminar monopolios en algunos sectores para que la alta velocidad pueda ser ofrecida por más de una empresa. Además la política de competencia facilita, a través del régimen de ayudas de estado, el apoyo público a la instalación de infraestructuras de banda ancha en zonas que los operadores privados consideran no rentables (zonas rurales).

Internet es una herramienta vital para la nueva economía a la que optamos puesto que acaba no total, pero si parcialmente con un fallo de mercado muy acentuado como es la falta de información perfecta. Internet pone a nuestro alcance comparar precios y calidad de productos en tan sólo unos segundos. Nos permite realizar equiparaciones entre un producto que se vende en la tienda más cercana y un producto que se vende en China. Desde el punto de vista de la competencia por tanto tiene una importancia fundamental porque permite al consumidor comprar el producto al precio más bajo y obliga a las empresas a estar en un continuo proceso de mejora con respecto su competidor. En cambio se presenta un problema y es que la competencia no asegura que la cobertura pueda llegar a todos los lugares del mundo.

- Una Europa que utilice eficazmente los recursos, para ayudar a desligar crecimiento económico y utilización de recursos, apoyar el cambio hacia una economía con bajas emisiones de carbono, incrementar el uso de fuentes de energía renovables, modernizar nuestro sector del transporte y promover la eficacia energética. Como ya hemos mencionado en numerosas ocasiones a lo largo de este trabajo, la competencia implica la utilización eficiente de recursos, lo que nos permite ahorrar recursos e intentar avanzar hacia una senda de crecimiento más sostenible. La política energética es clave en Europa 2020. Se busca mantener precios bajos, garantizar la seguridad del suministro, cumplir compromisos de reducción de emisiones, y aumentar el peso de las energías renovables: objetivo 20-20-20.

La política de competencia juega un papel fundamental ayudando a avanzar en la liberalización del sector y persiguiendo prácticas anticompetitivas en los sectores del gas y la electricidad que mantienen los precios artificialmente altos e impiden la entrada de nuevos competidores al mercado .

- Una política industrial para la era de la mundialización, para mejorar el entorno empresarial, especialmente para las PYME, y apoyar el desarrollo de una base industrial fuerte y sostenible, capaz de competir a nivel mundial. La competencia una vez más podrá ayudar a conseguir esta iniciativa facilitando el acceso al roaming de forma general, y estableciendo medidas como ya ha hecho para evitar los precios elevados que han impuesto las compañías durante muchos años.
- Agenda de nuevas cualificaciones y empleos, para modernizar los mercados laborales y potenciar la autonomía de las personas mediante el desarrollo de capacidades a lo largo de su vida con el fin de aumentar la participación laboral y adecuar mejor la oferta y la demanda de trabajo, en particular mediante la movilidad laboral. En este sentido de nuevo, el acceso a internet a un precio relativamente bajo, que ha provocado la competencia entre compañías, posibilita que los oferentes de trabajo puedan localizar prácticamente en cualquier parte del mundo dónde hay un puesto que se adapta a sus expectativas, formación y cualificación
- Plataforma europea contra la pobreza, para garantizar la cohesión social y territorial de tal forma que los beneficios del crecimiento y del empleo sean ampliamente compartidos y las personas que sufren de pobreza y exclusión social pueda vivir dignamente y tomar parte activa en la sociedad. Esta es la iniciativa en la cual parece más remota la ayuda de la política de competencia, pero no cabe duda que una política de competencia crearía mayor

riqueza que habría que redistribuirla de forma más equitativa para conseguir el propósito de ésta iniciativa.

Los posibles éxitos mostrados que la política de competencia puede lograr, dejan a las claras que es una política imprescindible para que se aumente el crecimiento económico, pero que es indispensable que se enfoque dentro de una estrategia conjunta para desarrollar la economía.

Joaquín Almunia afirmó, en el fórum sobre política de competencia celebrado en Bruselas en 2012, que él estaba convencido de que proteger la competencia es un requisito para incrementar la productividad de la economía. En el mismo fórum y en la misma línea Mario Monti (2013) afirmó "Yo he sido siempre un entusiasta creedor de que la política de competencia y la consecución del Mercado Único son las llaves para conseguir el desarrollo de la actividad económica, precios más bajos y más empleo".

Otra figura importante, el presidente Obama, dijo en su discurso de investidura en 2013 que "un mercado libre sólo prospera cuando hay reglas que aseguran la competencia y el fair play". Él se refería a lo que estamos indicando a lo largo del trabajo: la competencia es lo que hace funcionar a los mercados libres, y se convierte en fuente de productividad, innovación, competitividad, y prosperidad nacional.

6. Economía colaborativa; Contribución al logro de las iniciativas emblemáticas.

En este subapartado y para terminar con este capítulo teórico, aprovechando la explicación y las relaciones que hemos establecido entre la Estrategia Europa 2020 y las iniciativas emblemáticas, vamos a realizar un proceso razonado para mostrar como la economía colaborativa podría ser un pilar importante para la consecución de alguna de ellas.

La economía colaborativa se postula como un elemento idóneo para la consecución de la iniciativa emblemática denominada «Una Europa que utilice eficazmente los recursos». La principal cualidad de esta nueva forma de economía que venimos defendiendo, es que permite una mejor asignación de los recursos, acabando en numerosos casos con la infrutilización de muchos bienes y servicios. Contribuye a tener un mercado más eficiente ya que si un individuo tiene 2 habitaciones libres en un piso y un par de usuarios deciden utilizarlas a cambio de una compensación – dineraria o no- tendremos como resultado que donde antes había una infrutilización del bien, ahora se usa de forma óptima.

La política de competencia, a través de la justa regulación de la economía colaborativa, tiene por tanto una importante labor para ayudar a aumentar la competitividad y la eficiencia de los mercados.

Otra iniciativa emblemática para la que la economía colaborativa se postula como idónea es la «Agenda de nuevas cualificaciones y empleos». La economía colaborativa puede permitir que aquel que tenga un bien infrutilizado, pueda sacar algo de rentabilidad por permitir su uso a terceros, de esta forma personas desde su propio piso pueden convertirse en cocineros, financiadores (crowdfunding), chofer (Uber) etc... Aunque habitualmente estas prácticas no son un empleo como tal, si es cierto que permiten ser un complemento salarial para muchos sujetos.

Con esto cerramos este capítulo teórico y contextual y pasamos al análisis de las implicaciones de la competencia para el crecimiento en Andalucía y de la economía colaborativa.

CAPÍTULO 2: LA POLÍTICA DE COMPETENCIA EN ANDALUCÍA. IMPLICACIONES PARA EL PLAN ECONÓMICO DE ANDALUCÍA 2020.

1. Introducción.

Lo primero que hay que señalar con respecto a la política de competencia en Andalucía es que en la Comunidad Autónoma andaluza, la política de competencia emana del artículo 58 del Estatuto de Autonomía y tomó carta de naturaleza mediante la Ley 6/2007 que creó la Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía como organismo independiente que inició sus actividades en 2008 tras la aprobación de sus Estatutos.

La Agencia es un organismo público que tiene como fin general promover y preservar el funcionamiento competitivo de los mercados, así como contribuir a mejorar su regulación económica, garantizando la existencia de una competencia efectiva en los mismos y protegiendo los intereses generales, especialmente de las personas consumidoras y usuarias, mediante el ejercicio de sus funciones en todo el territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

La creación de este organismo supone la manifestación a nivel autonómico de la política de competencia que desarrollan los poderes públicos, que se materializa adicionalmente a nivel nacional, con la Comisión Nacional de la Competencia y en Europa, con la Comisión Europea.

La Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía (en adelante ADCA) lleva siete años de funcionamiento y es una autoridad de competencia consolidada, que ha logrado significativos avances en relación con el mandato Estatutario dirigido fundamentalmente a impulsar una regulación de los mercados más eficiente y favorecedora de la competencia y a la protección de los intereses generales, especialmente de las personas consumidoras y usuarias.

Esto es de vital importancia para el crecimiento potencial, ya que al contrario de lo que ocurre en otras comunidades autónomas, Andalucía tiene garantizada estatutariamente la existencia de un órgano independiente encargado de investigar las situaciones anticompetitivas y velar por el correcto funcionamiento del mercado. Por ello se podrá hacer cada vez más real la existencia de una competencia efectiva.

A lo largo de este capítulo intentaremos mostrar porque puede ser fundamental la política de defensa y promoción de la competencia en Andalucía. Para ello, realizaremos un análisis coyuntural y estructural de la situación económica y en parte social, que Andalucía ha vivido los últimos años. Además intentaremos completar la visión comparando el panorama de Andalucía con otras regiones, con España y con Europa.

Por último tendremos presente las posibles implicaciones que pudiesen derivarse de los objetivos e iniciativas emblemáticas establecidos por la UE en el marco de la Estrategia 2020 en la región

de Andalucía, viendo sus paralelismos y diferencias, para concluir como la política de competencia podría ayudar al crecimiento y desarrollo de la economía.

2. Andalucía, crecimiento y política de competencia.

Siguiendo la línea del trabajo ahora nos gustaría destacar la importancia que debería tener en Andalucía la política de competencia debido a los problemas estructurales de desempleo, productividad y crecimiento que existen en la comunidad.

Una vez expuesta la relación evidente entre competencia y crecimiento debemos reseñar por qué debería ser fundamental una coherente política de competencia en Andalucía.

El Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía (2015: 3) indica que se busca “un crecimiento integrador y sostenible”, buscando además fomentar “una política que impulse una economía basada en el conocimiento y la innovación, que haga un uso eficiente de los recursos y que sea capaz de generar alto nivel de empleo en un marco de cohesión social y territorial”.

Si observamos las últimas líneas, aparecen los conceptos; crecimiento integrador y sostenible (objetivo que aparecía en la Estrategia Europa 2020) y se busca un desarrollo económico basado en el conocimiento y la innovación (conceptos que hemos mencionado antes que eran clave para el crecimiento económico). Como decimos la similitud de los objetivos de Andalucía, con los que hemos ido mencionando a lo largo de este trabajo es evidente, y por ello es posible extrapolar lo ya comentado acerca de la importancia que debería tener la política de competencia.

Por otro lado el Informe Económico y Financiero (2015) insiste en que “La Comunidad Autónoma debe contar, además, con un tejido empresarial más fuerte y de mayor dimensión” insistiendo a su vez en que “se trata de un elemento clave mejorar la competitividad de las empresas así como para impulsar su internacionalización e innovación. Por esta razón, requiere aumentar el tamaño de sus empresas, lo que favorecerá la capacidad exportadora y de innovación en el tejido productivo”. La mejor forma de conseguir lo que aquí se propone podría ser la eliminación de trabas a competir en los mercados, para que así las empresas se vieran abocadas a ser continuamente mejores, lo que las haría más eficientes alcanzando una mayor dimensión.

En Andalucía el tejido empresarial está formado principalmente por PYMES y micro empresas, que en algunos casos sobreviven por las subvenciones y ayudas que reciben del Estado. Muestra de ello son las ayudas directas y estables a determinados colectivos, como el subsidio agrario o las ayudas a pescadores afectados por el paro biológico; indica el Observatorio Económico Andaluz (2012: 39) que “deben sustituirse por otros sistemas que no desincentiven el esfuerzo ni generen corruptelas”.

Creemos necesario, para una mejor ordenación de las ideas expuestas, analizar con respecto a otras comunidades autónomas y con respecto a España la evolución de la competitividad, la innovación, la productividad y el crecimiento económico. El análisis nos permitirá concluir si Andalucía presenta un atraso relativo o no, así cómo saber si la competencia puede ser una de los factores claves para la mejora de ellos.

Si observamos que Andalucía es menos competitiva, menos productiva, tiene una menor innovación o un menor crecimiento económico, la competencia puede ser un buen incentivo para arreglar esto.

Pero lo cierto según el Informe Económico y Financiero 2015 es que la base empresarial andaluza se ha resentido desde los inicios de la crisis muy notablemente puesto que han cerrado indefinidamente unas 50.000 empresas, lo que supone casi un 10% del tejido empresarial andaluz.

Para ser una región puntera Andalucía debería enfocarse hacia la eficiencia y permitir que las empresas compitieran en un mercado sin obstáculos, sin impedir salvo caso excepcional la salida de aquellas empresas que no consiguieran competir por no ser lo suficientemente eficientes.

Esto último a lo que hacemos referencia es el único elemento de la crisis que iniciamos en la anterior década que nos permite señalar un elemento positivo; si han cerrado 50.000 empresas por la crisis, las que se han quedado en el mercado son las mejores, lo que debe ayudar a través de la competencia a la recuperación y al crecimiento económico.

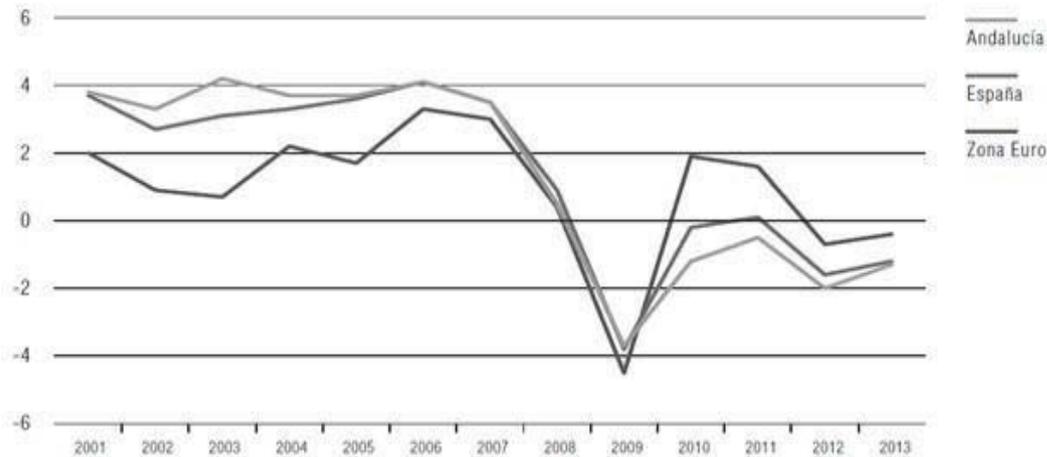
3. ¿Por qué fortalecer la política de competencia en Andalucía?

La Junta de Andalucía, en su Informe económico y financiero (2013; 47) expone que “la caída del PIB de la Eurozona (-0,4% en el conjunto del año), especialmente en economías periféricas como la española (-1,2%), condicionó de manera notable la evolución de la economía andaluza, que se caracteriza por ser una economía muy abierta al exterior, con un peso de las exportaciones e importaciones de mercancías respecto al PIB de casi el ochenta por ciento (76,1%), frente al 47,4% en España y el 25,7% en la UE”.

Este último párrafo resulta crucial para entender porque puede ser vital la política de competencia en Andalucía. Las regiones abiertas al exterior y cuyo bienestar y crecimiento económico dependen en gran medida de la demanda externa tienen la obligación de ser muy competitivas puesto que la falta de competitividad originará un desplazamiento de la demanda y una caída de la actividad.

En aras de aumentar la competitividad de la dependiente economía andaluza, defendemos la política de competencia como uno de los instrumentos claves para lograrlo. Por ello a continuación mostraremos el análisis comparativo de una serie de variables macroeconómicas que se entienden fundamentales para la explicación.

GRÁFICA 4: PRODUCTO INTERIOR BRUTO A PRECIOS DE MERCADO. ANDALUCÍA-ESPAÑA- ZONA EURO.



Fuente: IECA: INE: Eurostat. Elaboración: Secretaría General De Economía. Junta De Andalucía. (Informe Económico Y Financiero 2013; 47).

Tal y como se muestra en la gráfica 4, el crecimiento de Andalucía desde el año 2009 ha sido inferior relativamente al que se ha producido en España y en la UE. Es por ello, que según la teoría explicada y la evidencia mostrada en los primeros capítulos de este trabajo; una mayor dotación de recursos dedicados a la promoción y defensa de la competencia y un uso más efectivo de éstos, podría ayudar a Andalucía a recuperar ese crecimiento relativo que ha perdido tras el inicio de la crisis con respecto a España y la Unión Europea.

FIGURA 2: DATOS MACROECONÓMICOS DE ANDALUCÍA 2013.

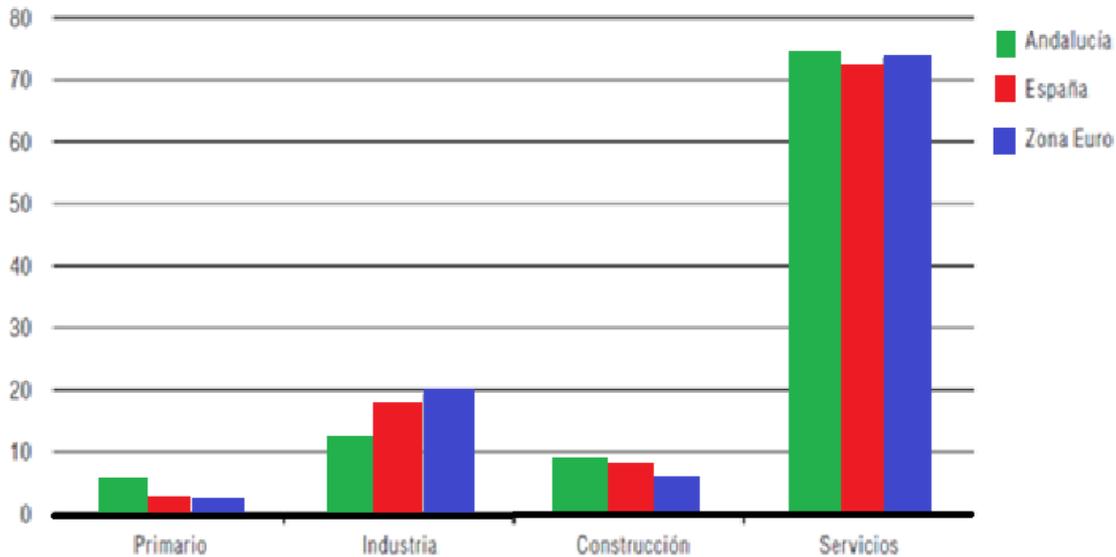
PIB precios de mercado	
Millones euros	141.853,9
Crecimiento anual nominal	-0,6%
Crecimiento anual real	-1,3%
PIB per cápita	16.906,0
PIB per cápita España=100	76,9%
PIB Andalucía/PIB España	13,9%
FBC/PIB Andalucía	18,3%
Ocupados	
Miles de personas	2.571,5
Crecimiento anual	-3,2%
Ocupados Andalucía/Ocupados España	15,0%
Gasto en I+D	
Millones euros	1.480,5
% del PIB	1,0%
Gasto I+D Andalucía/Gasto I+D España	11,1%
Productividad¹	
España=100	92,4%
Crecimiento de los precios	
Deflactor del PIB	0,7%
IPC (4)	0,3%

Fuente: IECA: INE: Eurostat. Elaboración: Secretaría General de Economía de la Junta de Andalucía. (Informe Económico Y Financiero 2013; 49).

Cómo se muestra en la figura 2 Andalucía está lejos de conseguir el 3% marcado por la Estrategia 2020 cómo cifra ideal del porcentaje del PIB que se debería dedicar al I+D. Además observamos que mientras que Andalucía aporta a España un 13,9% de su PIB, su gasto en I+D con respecto a España es sólo del 11,1% lo que supone 1,8 puntos menos y deja a las claras la falta de I+D+I en Andalucía. Cómo consecuencia, vemos que Andalucía si quiere ponerse a la altura de su entorno deberá provocar un aumento de la innovación y para ello la política de competencia como hemos estado argumentando en el primer apartado sería un instrumento imprescindible y efectivo para lograrlo.

Por otro lado, vemos que la productividad en Andalucía estableciendo como base que la de España es 100, se queda 8,6 puntos por debajo de la media española. Esto nos indica una carencia importante entre la relación de los recursos empleados y los objetivos conseguidos. Andalucía debería aunar sus esfuerzos por aprovechar al máximo sus recursos y lograr una mayor productividad. Para ello ya también hemos mostrado la existente relación directa y positiva entre política de competencia y productividad. Si Andalucía promoviese más las actuaciones de competencia, provocaría un aumento de ésta, las empresas se volverían más competitivas, emplearían mejor sus recursos y por tanto incrementarían su productividad.

FIGURA 3: ESTRUCTURA PRODUCTIVA AÑO 2013.



NOTA: Porcentaje del VAB de cada sector sobre el VAB total, en euros corrientes.

FUENTE: IECA: INE: EUROSTAT. Elaboración: Secretaría General De Economía. Junta De Andalucía. 2013.

Por último y para terminar esta plasmación de por qué es necesaria y cómo puede contribuir la política de competencia al crecimiento económico en Andalucía mostramos la figura 3 que relaciona la estructura productiva de Andalucía, España y la Zona Euro. En este punto, nos resulta crucial resaltar que en la Estrategia 2020 existía una iniciativa emblemática la cual incluía de un modo bastante explícito y directo la política de competencia, el título de ésta era: "Una política industrial para la era de la globalización".

En esta iniciativa la Comisión Europea en 2010 estableció en la Estrategia Europa 2020 que "se elaborará un marco para una política industrial moderna con el fin de apoyar el espíritu empresarial, de guiar a la industria y ayudarla a reforzarse para superar estos retos, promover la competitividad de las industrias de Europa y ayudarlas a aprovechar las oportunidades de la mundialización y de la economía verde". De este último párrafo podemos deducir como en la Unión Europea se tiene constancia de la importancia del sector industrial, ya que como bien se ha dicho es el que permite crear mayor valor añadido. La Comisión Europea (2010) establece la existencia de una relación fundamental de la política de competencia para favorecer "una política industrial que cree el mejor entorno para mantener y desarrollar en Europa una base industrial fuerte, competitiva y diversificada" y "promover la reestructuración de sectores en crisis hacia actividades con futuro, inclusive mediante un rápido redespliegue de cualificaciones hacia sectores y mercados emergentes de rápido crecimiento".

4. Situación de la competencia en Andalucía:

La Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía en su informe Panorama de la Economía Andaluza (2009) realiza importantes reflexiones de las que hemos querido resaltar una, al considerarla de las de mayor relevancia.

Del informe acerca de la situación de la competencia en Andalucía vamos a analizar los resultados de los índices calculados en el capítulo en el cual se valora la concentración industrial. A partir de lo enunciado en el capítulo tercero del informe se puede concluir que las ramas productivas en las que se perciben riesgos para la competencia serían aquellas que presentan los mayores índices de concentración de la muestra y al mismo tiempo muestran una baja volatilidad, es decir, las cuotas de mercado prácticamente no varían entre un año y otro.

En el documento Medición de la Concentración Industrial Andaluza (2010; 79) se afirma que “las 10 primeras ramas con mayores índices de concentración coinciden en su mayor parte con las 10 primeras que registran una menor volatilidad, denotando así un reducido nivel de competencia”

Además se resalta que existen varias actividades del sector industrial que tienen escasa implantación en el tejido productivo andaluz, “como es el caso de la fabricación de aparatos de recepción y reproducción de sonidos, de relojes, de instrumentos musicales, de juegos, de motocicletas o de preparación y curtido del cuero”. Estas ramas tienen menos de 10 empresas en Andalucía siendo actividades que por regla general están sujetas a la competencia exterior.

Hay que señalar de igual forma que hay otras actividades en Andalucía en las que sí se percibe de forma más patente un bajo grado de competencia. Es el caso de industrias como las recientemente sancionadas lácteas que presentan una alta concentración y baja volatilidad.

Esta reflexión acaba señalando a modo de resumen que las actividades con mayor riesgo para la competencia detectadas en este análisis de concentración y volatilidad de las cuotas de mercado son: “industrias lácteas; fabricación de materiales para la construcción (cemento, cal, hormigón, piedra ornamental, ladrillos y tejas, productos del hierro y acero); producción y distribución de energía, de gas, y de agua; venta de motocicletas y ciclomotores; transporte por tubería; manipulación y depósito de mercancías; alquiler de automóviles; y servicios de seguridad”.

En el lado contrario, hay que señalar que si existen en Andalucía empresas sometidas a un elevado grado de competencia y que son muy competitivas. Algunas de ellas son los servicios a empresas, y concretamente las actividades de consultoría (jurídica, contabilidad,...), que se muestran entre las de niveles de competencia más elevados de la comunidad.

La situación expuesta que acabamos de comentar, sumada a los nuevos escenarios que surgen por el auge de nuevos sistemas económicos como el de la economía colaborativa, nos hacen pensar que Andalucía podría necesitar una reforma en lo que al enfoque de política de competencia se refiere.

Como hemos ido comentando el crecimiento de Andalucía según el ingreso per cápita, y por ende el nivel de vida, lleva un periodo por debajo del resto de regiones.

En Andalucía organismos independientes como la Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía han señalado en ocasiones la insuficiente competencia en la economía interna. Esta situación sería para muchos responsable de buena parte del declive en el crecimiento de la productividad y los niveles de vida de Andalucía con respecto al resto de las comunidades autónomas de España y la Unión Europea.

Un referente en la aplicación de política competencia es sin duda Australia que logró el ansiado crecimiento económico a través de la aplicación de medidas de este tipo en la década de los noventa como se ha comentado en el capítulo anterior.

En declaraciones a la radio su secretario del Tesoro, Paul Keatingse (1986) afirmó que: “Debemos permitir que los australianos sepan con verdad, honestidad y seriedad en qué clase de bache internacional se encuentra el país [...] cuando se desacelera el crecimiento a menos de tres por ciento, el desempleo empieza a aumentar de nuevo [...] luego estás fuera [...] luego eres una república bananera”.

En Andalucía el crecimiento está lejos del 3% actualmente, el desempleo es superior al resto de España, y se debe evitar de todas las formas posibles permitir que Andalucía caiga en una espiral de pobreza que la deje retrasada del nivel general del resto de regiones de España.

Siguiendo las líneas del caso australiano, desde este trabajo nos gustaría proponer una cronología que entendemos que favorecería a la competencia y por ende al crecimiento.

- a. Establecimiento y creación de un gran acuerdo político sobre la necesidades de una reforma y establecimiento de entornos institucionales que fomentaran la acción conjunta y coordinada, así como la información y formación a los ciudadanos acerca de la importancia de vivir en un entorno competitivo.
- b. Elaborar acuerdos detallados y cambios legislativos, así como seguir velando por la independencia del organismo andaluz y presionar para que se haga lo propio en el resto de comunidades autónomas.
- c. Mayor integración y cooperación entre la Agencia Nacional de Competencia, la ADCA y el resto de agencias.

5. Plan económico Andalucía 2020:

En Andalucía existe un plan económico aprobado el 22 de julio de 2014 por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía. El plan económico de Andalucía se plasma en una Estrategia para la Competitividad.

Esta estrategia constituye un ambicioso instrumento de planificación global de la Junta de Andalucía para los próximos años que da continuidad a la Estrategia para la Competitividad de Andalucía 2004-2010.

Desde el Plan Económico de Andalucía (2014; 3) se expone que hay que “acertar en los diagnósticos y, sobre todo, orientar las políticas públicas para lograr recuperar el crecimiento económico y la generación de empleo desde nuevos enfoques”. Como vemos se prioriza como

objetivo esencial de la estrategia el crecimiento económico y el empleo. Es en este apartado, siguiendo las líneas del trabajo, en el que vamos a intentar seguir aportando algo de luz al asunto.

Este Plan (2014; 4) se articula en torno “al objetivo general de impulsar un modelo económico-productivo competitivo basado en el conocimiento y la innovación, la sostenibilidad ambiental y la cohesión social, y que sea capaz de aumentar el tejido empresarial y generar empleo de calidad y lograr superar los niveles de empleo de antes de la crisis hasta alcanzar los 3,2 millones de personas ocupadas”.

Cómo vemos se realizan afirmaciones muy similares y parejas a las realizadas por la Estrategia Europa 2020, donde también tienen especial relevancia los conceptos de innovación, sostenibilidad o crecimiento. Y es que Europa es una de las dimensiones más determinantes en la actualidad para Andalucía (Tuñón, 2003:18).

La creación de empleo parece configurarse como el objetivo primordial del Plan 2020 pero no deja atrás otros objetivos que se consideran imprescindibles para lograr el aumento del número de ocupados y el crecimiento económico.

Tres dimensiones engloban los diferentes objetivos intermedios que podemos distinguir:

- Una dimensión económica, centrada en las políticas de industrialización de Andalucía y mejora del tejido empresarial, desarrollo del conocimiento, I+D+I, y economía digital.
- Una dimensión ambiental y territorial, que desarrolla las políticas de ecoeficiencia y energías renovables, protección del medio ambiente y desarrollo territorial, y movilidad sostenible e infraestructuras de transporte.
- Una dimensión social e institucional, que dirige la economía al servicio de las personas priorizando las políticas activas de empleo, la lucha contra la pobreza y la inclusión social, las políticas educativas y las de modernización y transparencia de la administración pública.

Podemos equiparar los objetivos del Plan Económico Andaluz 2020 y la Estrategia 2020:

FIGURA 4: COMPARATIVA ESTRATEGIA EUROPA 2020 Y PLAN ECONÓMICO ANDALUZ 2020.

Estrategia Europea 2020 (Iniciativas emblemáticas)	Plan Económico Andaluz 2020 (Objetivos)
Unión por la innovación	Desarrollo del conocimiento y el I+D+I
Juventud en movimiento	Movilidad sostenible
Una agenda digital para Europa	Promover una economía digital
Una Europa que utilice eficazmente los recursos	Desarrollo de las políticas de ecoeficiencia y energías renovables, protección del medio ambiente y desarrollo territorial
Una política industrial para la era de la mundialización	Mejorar y reinventar el sistema industrial andaluz
Agenda de nuevas cualificaciones y empleos	Políticas activas de empleo
Plataforma europea contra la Pobreza	Lucha contra la pobreza y favorecimiento de la inclusión social

Fuente: Elaboración propia a partir de la Estrategia Europa 2020 y el Informe Económico y Financiero de Andalucía 2014-2020.

Cómo podemos observar en la figura 4, cada iniciativa emblemática, corresponde con uno de los objetivos intermedios marcados por Andalucía para lograr sus objetivos finales.

Sabiendo que hay intención de utilizar los mismos instrumentos para llegar al objetivo común (crecimiento integrador, sostenible e inteligente como se defiende tanto en la Estrategia 2020, como en el Acuerdo para el Progreso Económico y Social de Andalucía), estamos en disposición de afirmar que a priori los planteamientos teóricos expuestos en el primer capítulo son plenamente válidos para la Comunidad Autónoma de Andalucía. Y que siguiendo lo mostrado a lo largo del trabajo la relación positiva política de competencia-crecimiento es perfectamente entendible y real en Andalucía.

Cómo hemos expuesto en uno de los anteriores subepígrafes de este capítulo, Andalucía a pesar de los avances que ha hecho en las últimas tres décadas, sigue con retraso en diferentes ámbitos con respecto al resto de España. Es por ello que desde hace tiempo se viene hablando de la necesidad de una transformación del modelo productivo que se adapte al proceso global que afecta al conjunto de la economía mundial y que dibuja un nuevo escenario social y económico.

Lo que se le debería pedir a Andalucía y a sus instituciones para el tan ansiado cambio del modelo productivo es que se logrará una especialización productiva en la que el sector industrial, clave para cualquier economía, ganara más peso. Esto generaría mayor valor añadido a su vez en el resto de los sectores logrando un crecimiento conjunto de todos los sectores. A su vez, se permitiría que aumentara la productividad y la innovación, y que se constituyera un mayor volumen de negocios a nivel internacional.

Para que el contexto descrito en el último párrafo se desarrolle necesitamos que se establezca una ordenación clara, que favorezca la competencia entre empresas de cualquier sector, y especialmente del industrial.

La competencia debe estar presente y ser protegida y promocionada especialmente en los sectores más consolidados puesto que son los menos competitivos; la agricultura y la agroindustria, la pesca y la acuicultura, la construcción, el turismo, el comercio, la minería y otros subsectores industriales. Es de vital importancia por lo tanto, establecer determinadas medidas para que estos sectores sigan teniendo un peso relevante en nuestra economía.

Asimismo, la Agenda también se encuentra acorde con otros documentos estratégicos de la Unión Europea:

1. La Comunicación de la Comisión (2014) “Por un renacimiento industrial europeo” que entiende que una base industrial potente es indispensable para la recuperación económica y la competitividad europea y, encuentra su correspondencia en el planteamiento de la Agenda de que “Andalucía debe lograr una especialización económica más equilibrada, en la que junto al peso tradicional de los sectores agrarios y de servicios, se dé prioridad a los sectores industriales ya que son claves para generar cadenas de valor añadido en el resto de los sectores”.
2. La Comunicación de la Comisión (2013) “Horizonte 2020, Programa Marco de Investigación e Innovación”, con la que la Agenda comparte la atención a la especialización inteligente, que “Horizonte 2020” entiende como un instrumento fundamental para generar sinergias entre las políticas de investigación e innovación y la política de cohesión.

5.1 Innovación y crecimiento en Andalucía.

Como ya hemos expuesto a lo largo del trabajo existe un relación evidente positiva entre el grado de competencia, innovación y crecimiento económico.

Trataremos de realizar un análisis de esta relación en Andalucía a partir de los datos ofrecidos en la Agenda Andaluza 2020.

Tal y como se muestra en el gráfico 11, hay una relación directa entre el PIB per cápita y el esfuerzo tecnológico, que será entendido como el gasto en I+D en porcentaje del PIB, de forma que cuanto mayor es este último, mayor es el nivel de PIB per cápita.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (de ahora en adelante INE), el gasto en I+D en Andalucía aumentó a 1.480.460 euros en 2012. Este gasto a pesar de la crisis ha crecido ligeramente respecto a 2007 (+0,1%). Este aumento del gasto en I+D, contrasta con el descenso del PIB (-2,9% en términos nominales) lo que ha hecho que el gasto en I+D en porcentaje del PIB haya aumentado en Andalucía, alcanzando el 1,05%, cuando en el conjunto nacional se ha mantenido (1,27%).

Según lo mostrado en el Plan Económico 2020 en "los sectores institucionales, casi las dos terceras partes del gasto en I+D en Andalucía (63,7%), corresponde al sector público (Administración Pública y Enseñanza Superior), y el resto (36,3%) al sector privado". Esta distribución del gasto en I+D en Andalucía difiere de lo que se observa en España, donde el gasto se encuentra relativamente más concentrado en el sector privado, con el 53,2% del total, al igual que sucede, aunque con mayor intensidad, en la Unión Europea (63,8%).

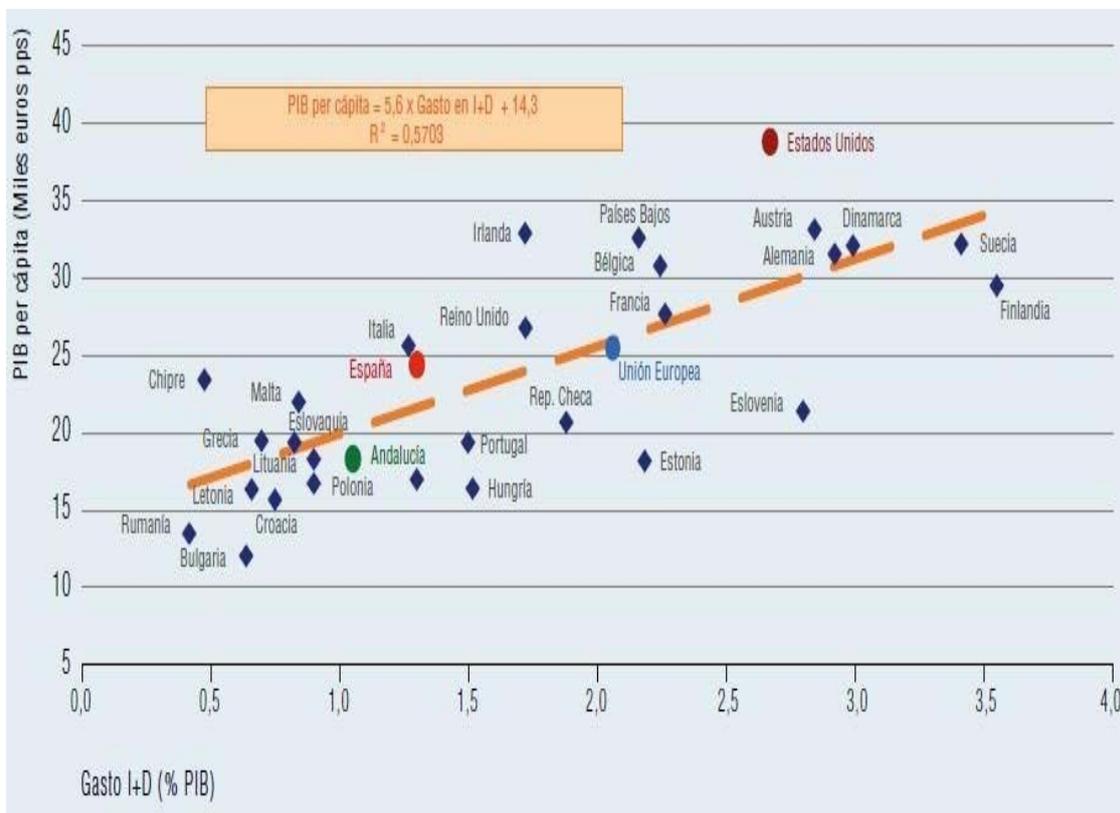
De aquí podemos resaltar como conclusión que el gasto en I+D+I afecta en mayor medida al crecimiento económico cuando es el sector privado quien lo realiza. Esto se refleja en el gráfico 11, en el cuál observamos que Andalucía se encuentra ligeramente por debajo de la línea de regresión, lo que implica que su PIB per cápita es relativamente inferior al que le correspondería en función del esfuerzo tecnológico realizado. Como acabamos de comentar esto se debe a la menor presencia relativa del sector privado en el gasto en I+D, y, por tanto, la menor extrapolación a la actividad productiva.

Si nos fijamos en el caso de EE.UU para realizar un breve análisis comparativo, se señala que aquellas regiones que tienen los PIB per cápita más elevados del mundo, el sector privado dedican casi las tres cuartas partes (72,7%) del gasto total en I+D.

El crecimiento económico requiere seguir apostando por la investigación y el desarrollo, elevando de forma continuada el gasto en I+D, tanto el realizado por el sector público como, y especialmente, por el sector privado, y su posterior transferencia y aplicación a la innovación empresarial. Lo cierto y la conclusión que podemos obtener de estas premisas es que Andalucía debería tratar de aumentar la competencia entre sus empresas para que éstas se vieran abocadas a dedicar más presupuesto al I+D+I. Esto resultará a su vez positivo para alcanzar un mayor crecimiento económico en Andalucía.

En la gráfica 5 podemos observar todo lo comentado anteriormente y es que Andalucía tiene un retraso tanto en su PIB per cápita como en el gasto en I+D con las regiones más importantes del mundo.

GRÁFICA 5: PIB PER CÁPITA Y GASTO EN I+D . ANDALUCÍA, EE.UU Y LA UNIÓN EUROPEA. AÑO 2012.



Fuente: IEA; INE; Eurostat. Elaboración: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía. Agenda Andaluza 2014-2020 Pág. 111

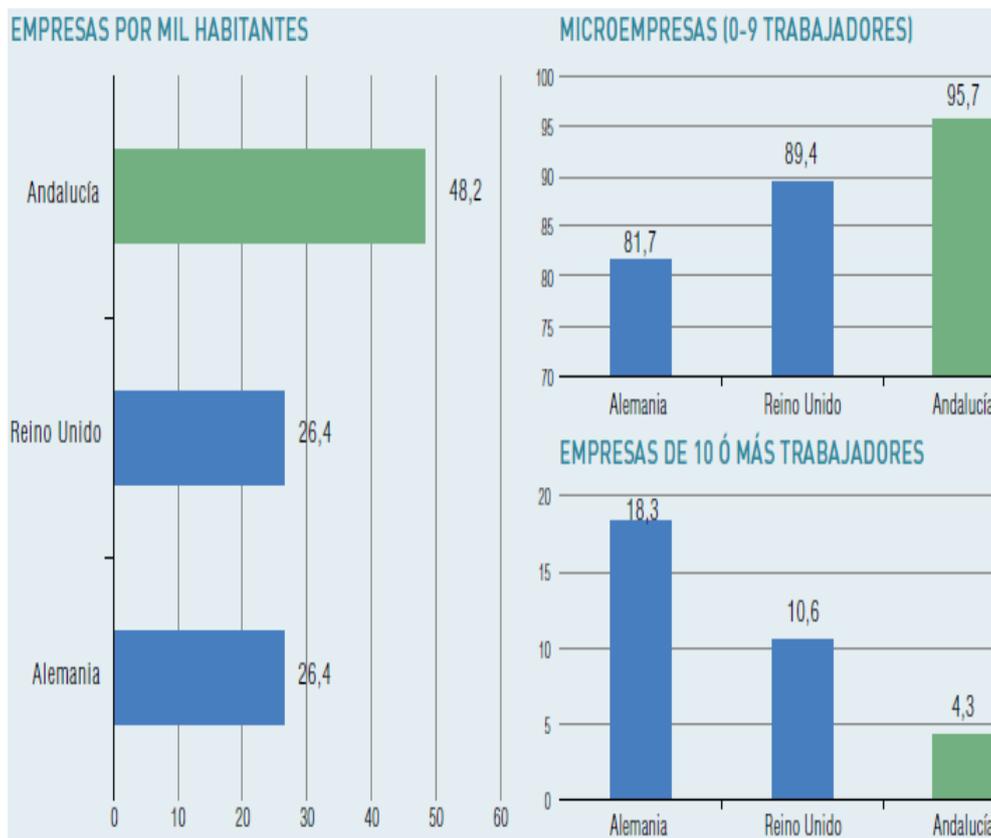
5.2 Competencia, renta disponible y crecimiento económico (Eficiencia productiva en Andalucía).

Para explicar la relación competencia, renta disponible y crecimiento económico a partir del canal de la eficiencia productiva, vamos a realizar un breve análisis del tejido empresarial andaluz. Según se hace referencia en el Plan Económico de Andalucía, entre 1981 y 2013 ha habido una creación de 384.041 sociedades mercantiles en términos netos, frente a 20.461 desde comienzos de siglo hasta 1980. O lo que es lo mismo, en los últimos treinta años la creación neta de empresas en Andalucía ha sido casi veinte veces superior a la registrada en los setenta años anteriores. Con ello, actualmente Andalucía cuenta según el INE con casi 471.521 empresas de los sectores no agrarios según el Directorio Central de Empresas del INE, a 1 de enero de 2013.

A través de la eficiencia productiva se podría permitir aumentar la dimensión de las empresas andaluzas, algo que como hemos comentado en el subepígrafe 2 de este capítulo es un problema estructural de Andalucía.

Para ilustrar el problema de la dimensión de las empresas andaluzas vamos a analizar la figura 5 que expone una comparativa con algunas de las regiones más competitivas de Europa. Podemos observar que Andalucía no tiene un problema de que existan pocas empresas, ya que supera en términos relativos a países como Reino Unido que son regiones punteras en cuanto a competitividad y crecimiento se refieren, sino que las que hay no tienen gran dimensión. La mayoría del tejido empresarial andaluz son microempresas, alguna de las cuales, no son lo suficientemente eficientes ni productivas. Se indica en el Plan Económico de Andalucía (2014; 163) que “las empresas de mayor dimensión son las que son más eficientes, productivas y las que tienen una mayor capacidad exportadora”. Andalucía cuenta, en 2012, con 48 empresas por cada mil habitantes, lo que le hace tener un ratio que prácticamente duplica los valores de Alemania o Reino Unido (26 empresas). Sin embargo, el peso relativo de las empresas grandes o de mayor dimensión es más bajo pues sólo representan un 4,3% del total de empresas, mientras que en Alemania y Reino Unido representan respectivamente el 18,3% y 10,6% del total.

FIGURA 5: DIMENSIÓN Y TAMAÑO DEL TEJIDO EMPRESARIAL ANDALUZ.

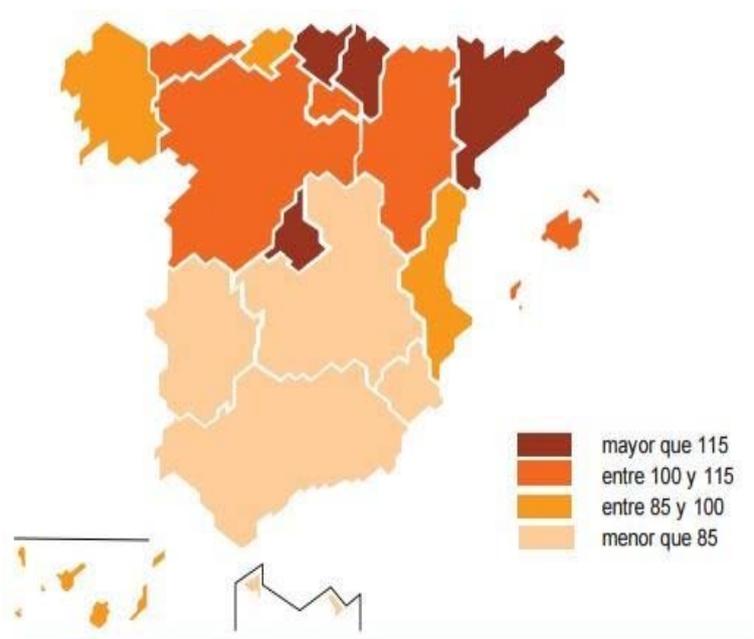


Fuente: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía. Fuente: IECA; Eurostat; Informe Anual sobre pequeñas y medianas empresas UE-27 (Comisión Europea).

La eficiencia productiva, como comentamos en el primer capítulo, expulsa a las empresas ineficientes del mercado, permitiendo a las empresas eficientes aprovechar el nicho que éstas dejan al salir. Estas últimas por tanto aprovechan para ampliar su tamaño, lo que les permite tener economías de escalas de mayor dimensión, lo que redundará en una mayor eficiencia, que permitirá tener menores costes de producción y precio de venta al público más bajos, lo que tiene como consecuencia una mayor renta disponible.

Si observamos la figura 6 Andalucía se encuentra entre las regiones con menor renta disponible, por ello parece esencial un aumento de la competencia que aumente el tamaño del tejido productivo andaluz para que como acabamos de comentar aumente la capacidad de adquisición de los consumidores y se active el ciclo económico (mayor consumo, mayor demanda, mayor producción) que deriva en el ansiado crecimiento económico.

FIGURA 6: RENTA DISPONIBLE BRUTA DE LOS HOGARES POR HABITANTE AÑO 2012. ÍNDICES ESPAÑA=100



Fuente: INE. Contabilidad Regional de España. Base 2010.

CAPÍTULO 3: LA INCIDENCIA DE LA REGULACIÓN EN INNOVACIÓN SOCIAL Y LA ECONOMÍA COLABORATIVA.

1. Introducción:

La economía colaborativa la debemos encuadrar dentro de un marco de innovación social. Éste término a menudo es usado por mera inercia en numerosos discursos y trabajos por ser un término de moda y que al lector gusta escuchar. Sin embargo, en muchas ocasiones es usado de forma errónea, sin tener en cuenta su auténtico significado.

En esta introducción vamos a tratar de explicar el concepto de innovación social siguiendo el trabajo de Phils et al (2008) quienes deciden para una mejor comprensión, explicar por un lado el concepto “innovación” y por otro el concepto “social”.

El concepto de innovación siguiendo a Phils et al (2008) haría referencia a las novedades introducidas en los bienes y servicios, a las mejoras de rendimiento de los productos ya existentes, a la magnitud potencial de las mejoras a realizar, así como a la implementación y adopción de nuevas oportunidades que surgen fruto de las coyunturas cíclicas.

Por otro lado el concepto social siguiendo al autor referenciado anteriormente, tendría relación con la identificación de problemas sociales, el respeto al valor social y el equilibrio entre la creación de valor y la captura de éste de beneficios en pro del interés general.

En la misma línea nos gustaría comentar los principales mecanismos de innovación social:

1. Intercambio de ideas y valores entre el sector público, privado y sectores sin ánimo de lucro. Esto daría lugar a lo que se conoce como Inversiones Socialmente Responsables.
2. Cooperación y cambio de las relaciones entre empresas, gobiernos y organizaciones no lucrativas.
3. La mezcla de principios y mecanismos basados en el mercado con el apoyo del sector público.

2. Competencia y Economía colaborativa; Una nueva forma de entender las relaciones económicas.

La innovación social ha dado paso a una nueva forma de economía, denominada economía colaborativa. Ésta la debemos encuadrar dentro del marco de innovación social.

La economía colaborativa ha tenido un auge elevadamente significativo en los últimos años tanto por el contexto de crisis económica, como por la oportunidad que nos han brindado las nuevas tecnologías, muy especialmente internet.

Las TIC se han extendido a todos los ámbitos sociales, incluido el de las actividades económicas. Las nuevas tecnologías han tenido y siguen teniendo un impacto significativo en el entorno social y económico; pero junto a esta dinámica transformadora coexisten interrogantes en torno a su

repercusión en las nuevas formas de economía colaborativa, el empleo o desigualdad (Baeza, 2015).

Apunta Baeza (2015) que “el uso eficiente de la tecnología sigue influyendo en la composición del crecimiento económico, al tiempo que permite mejoras en los procesos de toma de decisiones de los agentes económicos, con impacto igualmente significativo en la productividad”.

De hecho autores como Ontiveros (2000) advertían hace más de una década que las TIC acabarían constituyendo un canal idóneo para la intensificación del conocimiento en todos los sectores económicos.

Según Hubert (2010) podemos definir la innovación social como “las nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que simultáneamente encuentran necesidades sociales (de forma más efectiva que las alternativas) y crean nuevas relaciones sociales o colaboraciones para satisfacerlas”. Como observamos esta definición es más ortodoxa que la que planteamos en el primer apartado, pero se ajusta más para poder comprender el contexto en el que surge la economía colaborativa.

Siguiendo a Cajaiba-Santana (2014) se propone la idea de que la innovación social se crea como una fuerza transformadora a través de las relaciones entre agentes, instituciones y sistemas sociales. Este autor también dice que podemos entender la innovación social como la acción social colectiva que tiene como objetivo un cambio social, entendiendo por tanto desde un perspectiva institucional, que la innovación social es el resultado de una serie de cambios en las aplicaciones del conocimiento y de los recursos provocados por los agentes económicos que buscan una transformación gradual.

Comentado esto debemos preguntarnos; ¿Supone una verdadera oportunidad la innovación social para el crecimiento económico? ¿Es realmente posible una economía colaborativa? ¿Qué regulación deben tener estas nuevas actividades? ¿Qué papel deben jugar los diferentes niveles de gobiernos? ¿Por qué la competencia puede favorecer la innovación social? ¿Puede suponer la innovación social una posibilidad de crecimiento para Andalucía?

En las siguientes líneas y subepígrafes vamos a tratar de responder todos estos interrogantes que nos han ido surgiendo.

En primer lugar hay que señalar que existe una amplia literatura económica que muestra como la innovación favorece el crecimiento económico, por ello, debemos tener claro que la economía colaborativa no es más que una nueva forma de innovación, por lo cual el binomio innovación y crecimiento económico se seguirá cumpliendo.

Por otro lado, siguiendo las líneas marcadas por Llodra et al (2014), debemos aclarar que la economía colaborativa es una nueva forma de solucionar las necesidades sociales de una comunidad de forma innovadora cuando no son adecuadamente satisfechas por los medios y sistemas existentes. Por tanto, en cuanto los medios sigan desarrollándose y las comunidades sigan teniendo necesidades insatisfechas, la economía colaborativa se presenta como una oportunidad de solventar insatisfacciones económicas variadas.

Para el resto de cuestiones, dada su importancia, creemos que es necesaria analizarlas en el resto de subepígrafes.

3. Regulación de la Innovación Social y la Economía Colaborativa.

Debido a la complejidad y trascendencia que acompañan el auge de la innovación social y la economía colaborativa, así como por sus notables efectos en la economía, se plantea la necesidad de crear una regulación efectiva que de seguridad a este tipo de actividades.

La regulación debería tener siempre como valor principal garantizar la libertad del consumidor a la hora de elegir, siempre y cuando, esto no conlleve un peligro para el orden público, la seguridad ni la salud pública.

En estos casos la intervención y regulación de la actividad si estarían justificadas.

El papel de Unión Europea en la regulación.

A nivel de la comunidad europea destaca el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo (2013) sobre Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI.

El Dictamen del Comité Económico y Social Europeo (de ahora en adelante EESC) determina que “ La complejidad y trascendencia que acompañan a la emergencia del consumo colaborativo o participativo exige que las instituciones pertinentes, a partir de los estudios precisos, acometan regular y ordenar las prácticas que se desarrollan en su seno, de manera que puedan establecerse los derechos y responsabilidades de todos los agentes que en él operan. Por una parte, puede cubrir las necesidades sociales en casos de enfoque no comercial, y por otra, contribuir como actividad con ánimo de lucro, a generar empleo, cumpliendo con las normas fiscales, normas de seguridad, responsabilidad, protección del consumidor y demás normas imperativas”.

Además propone el EESC (2013) que la Comisión Europea debería abordar la economía colaborativa dentro de su agenda de trabajo, abordando el asunto en diferentes fases que citamos a continuación:

1º Compilando los derechos y principios básicos que ya están consagrados en el Derecho de la Unión Europea y protegen a los ciudadanos, tal y como ha hecho con el código de los derechos en línea de la Unión.

2º Desarrollando estudios al respecto, que resultan imprescindibles en cuanto acción de la Comisión Europea, a fin de detectar los obstáculos que puedan existir en el desarrollo de estas actividades y los problemas que se tendrían que solucionar, destacando el valor europeo que comportaría la adopción de una medida de ámbito europeo. Para ello deberían dedicarse por la Comisión suficientes recursos financieros, bien por la DG Sanco como por la DG Justicia.

3º Crear una base de datos y de intercambios de experiencias y buenas prácticas del consumo colaborativo o participativo, que sea de acceso a todos los consumidores. A la

vez podría crear campañas de sensibilización e información sobre el consumo colaborativo o participativo.

En último lugar, y a la vista de la experiencia extraída, se llama a “proceder a la armonización de legislaciones de los problemas transfronterizos y los que aporten un valor añadido europeo al tema”.

El papel del gobierno central y autonómico en la regulación.

A nivel estatal parece interesante comentar que, la regulación de la actividad de la Administración, queda recogida por la Ley 17/2009, de 23 Noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, conocida como “Ley Paraguas” aprobada en España a raíz de la Directiva Comunitaria 2006/Bolkestein.

Según el artículo 5, la normativa reguladora del acceso a una actividad de servicios o del ejercicio de la misma no podrá imponer a los prestadores un régimen de autorización, salvo excepcionalmente y siempre que concurren las siguientes condiciones, que habrán de motivarse suficientemente en la ley que establezca dicho régimen: Principio de no discriminación, que esté justificado por una razón imperiosa de interés general y que dicho régimen sea el instrumento más adecuado para garantizar la consecución del objetivo que se persigue por que no existen otras medidas menos restrictivas que permitan obtener el mismo resultado (proporcionalidad). Sólo en estos tres casos podrá exigirse una autorización previa.

La ley también establece un marco para los procedimientos y trámites para la obtención de las autorizaciones que deberán respetar las disposiciones recogidas en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común, así como garantizar la aplicación general del silencio administrativo positivo y que los supuestos de silencio administrativo negativo constituyan excepciones previstas en una norma con rango de ley justificadas por razones imperiosas de interés general.

Centrándonos en la Comunidad Autónoma de Andalucía, según el Decreto-ley 5/2014, de 22 de abril, la normativa reguladora del acceso a las actividades económicas y su ejercicio sólo podrá establecer regímenes de autorización mediante ley.

Con las citadas leyes y los principios enumerados parece demasiado excesivo exigir determinadas medidas que son altamente restrictivas, ya que es difícil justificar que ciertas actividades surgidas fruto de la economía colaborativa vayan en contra del interés general. Si el bienestar del consumidor es favorecido y la seguridad está garantizada, no se debe restringir los servicios por el mero hecho de que perjudiquen a otros agentes económicos. Como ya citaba Schumpeter la destrucción creativa es parte del ciclo económico, y una clave para la innovación y el crecimiento económico.

En términos menos legales y más económicos la regulación debe de estar justificada por objetivos públicos, y se deben minimizar las restricciones a los operadores económicos, así como los posibles perjuicios que se le pueda originar a la competencia en el mercado.

Debe de quedar claro en este documento que los objetivos fundamentales de la regulación son dos:

- Prevalencia del interés general.
- Protección de los consumidores y los usuarios. Se busca que ambos tengan libertad de elección siempre bajo un marco que garantice la seguridad y la calidad.

Como dijimos anteriormente por razones de interés general (para que exista una mayor certidumbre) y para corregir fallos de mercado (garantizar que no haya competencia desleal) podemos justificar una regulación del nuevo concepto económico que venimos tratando.

No obstante, debemos tener muy presente el principio de proporcionalidad –ya mencionado anteriormente cuando citamos el artículo 5 de la Ley 17/2009- y de eficacia que deben regir la regulación.

Prestando en este caso especial atención al principio de eficacia, parece claro que la regulación de la economía colaborativa debe encaminarse a conseguir el objetivo de eliminar la incertidumbre existente, la cual, puede desincentivar el desarrollo de nuevas actividades que fomenten el consumo colaborativo. Este hecho conllevaría una pérdida de eficiencia y de bienestar en el mercado, es por ello que se deben evitar las cargas innecesarias y accesorias, realizando una regulación que de ningún modo desincentive la innovación social.

4. Justificación del desarrollo normativo: El principio de necesidad.

Los motivos por lo que a menudo se decide intervenir en el mercado, y que justifican por necesidad la regulación de la innovación social son:

- Proteger al consumidor
- Establecer garantías de seguridad.
- Requisitos relacionados con el cumplimiento de los derechos de información del usuario. Debemos velar que en la red haya una información veraz, entre las descripciones de los alojamientos que se prometen y finalmente las que son. No es permisible en ningún caso que estas prácticas sean una vía de escape para que los delincuentes puedan realizar sus estafas con impunidad.
- Dotación de calidad básica de la oferta. Es evidente que el alquiler de una casa en lugar de la estancia en un hotel, puede suponer tener que rechazar a una serie de comodidades, lo que no es contrario a recibir un servicio digno y de calidad.
- Limitar los efectos negativos sobre la convivencia vecinal o la habitabilidad en determinadas zonas. Este motivo se presenta como el de menor peso. Si nos encontráramos ante una determinada zona, en la que debido a su situación geográfica y características se molestara a los vecinos de forma habitual y continuada, no estaríamos en ningún caso ante un problema de la economía colaborativa. Éste será un problema que

deberá ser resuelto con otros mecanismos, como podría ser una mayor presencia policial o una mayor concienciación cívica. En ningún caso el consumo colaborativo sería el hecho determinante que desencadene comportamientos conflictivos.

5. Especialización inteligente e innovación social.

Por su importancia y relevancia en el tema de la innovación social, vamos a pasar a hablar de la Estrategias nacionales y regionales para la especialización inteligente (de ahora en adelante, RIS3) y de la Estrategia de Innovación de Andalucía 2020 (de ahora en adelante RIS3 Andalucía)-. Ambas estrategias vienen determinadas por la iniciativa emblemática de la Estrategia Europa 2020: “Unión por la Innovación”.

Esta iniciativa según indica la Comisión Europea (2010) tiene como fin mejorar las condiciones generales y el acceso a la financiación para investigación e innovación y garantizar que las ideas innovadoras se puedan convertir en productos y servicios que generen crecimiento y empleo.

La Estrategia RIS3 como comentamos surge fruto de esta iniciativa, y tiene como objetivos responder a complejos retos de desarrollo y adaptar la política al contexto regional. Según la Comisión Europea (2014): “RIS3 respalda el crecimiento y la creación de puestos de trabajo basados en el conocimiento, no solo en los principales centros neurálgicos de investigación e innovación, sino también en las regiones rurales y menos desarrolladas”.

El papel de la innovación social en el reto del crecimiento y la creación de puestos de trabajos basados en el conocimiento puede ser importante como ya venimos señalando a lo largo del trabajo. Además, en este sentido, es interesante señalar que la política de competencia puede ayudar; animando, incitando y estimulando la innovación social, a partir de una efectiva regulación y a partir de la introducción de competencia en el mercado. No obstante resultará fundamental para que haya innovación que exista un marco en el que se registren patentes y se proteja la propiedad intelectual, intentando evitar que las patentes sean usadas para bloquear el acceso de la competencia a los resultados de la investigación (González Vázquez, 2012).

Esta Estrategia también requiere mejorar el proceso de innovación. Realmente RIS3 requiere alternativas estratégicas inteligentes y la innovación social se postula como una de ellas.

La Junta de Andalucía (2013) indica que Andalucía debe potenciar la capacitación digital y la innovación social a través de las TIC. Por ello en el RIS3 ANDALUCIA se señala que “la progresiva introducción de innovaciones y nuevas tecnologías en productos y servicios está llegando incluso a modificar las necesidades y los hábitos sociales, de manera que la estructura social y administrativa debe estar permanentemente replanteándose la forma en que tenemos organizada nuestra sociedad para conocer si responde de forma eficaz a las nuevas demandas de las personas en este mundo tan cambiante”.

En general y siguiendo a Palacio y Climent (2008), la innovación social queda recogida como una forma de especialización inteligente en ambos documentos, residiendo la importancia del concepto en sus implicaciones directas sobre las personas en la organización, ya que supone

cambios que afectan directamente al funcionamiento del factor humano, alterando las capacidades y habilidades de los miembros de la empresa y contribuyendo así a consolidar una determinada ventaja competitiva sostenible para ésta.

6. Andalucía; Innovación social y economía colaborativa.

Debemos comentar que la innovación social puede ser una oportunidad de crecimiento para Andalucía. Según ADICAE Andalucía (2014), se puede afirmar que en la Comunidad Autónoma Andaluza las iniciativas de economía colaborativa e innovación social están creciendo exponencialmente. Como referente en esta nueva forma de hacer economía, se señala el desarrollo de la plataforma Blablacar, plataforma líder en “coche compartido”, y que cuenta con más de 10 millones de usuarios en toda Europa. Blablacar inició su lanzamiento en España en el año 2010 y comenzó a operar en Andalucía en el año 2012.

Para Andalucía una mayor presencia de la economía colaborativa supondría una dinamización mayor de los sectores, un aumento de la capacidad de los agentes que les posibilitaría desarrollar actividades de formas más eficientes a como se ha venido haciendo hasta ahora.

Además la economía colaborativa al igual que en el caso europeo con la Estrategia Europa 2020, podría ayudar a conseguir algunos de los objetivos del Plan Económico Andaluz como es el logro de un crecimiento económico inteligente, sostenible e integrador.

Hay que incidir que la realidad de Andalucía en los últimos años ha venido marcada por niveles de desempleo elevados y un retraso con respecto a otras regiones latente. Esto ha hecho que muchas personas hayan tenido que agudizar su ingenio y que hayan usado la economía colaborativa como alternativa para viajar, alojarse o incluso compartir cenas. Es este uso más eficiente de los recursos, lo que nos supone una base teórica para afirmar que la innovación social a través del canal de la eficiencia dinámica, podrá ser un motor importante del crecimiento económico.

Según señala ADICAE (2014) en España se recaudó 19 millones de euros gracias al Crowdfunding de los cuales, aproximadamente dos millones de euros correspondieron a Andalucía que está teniendo una trayectoria según indican claramente ascendente.

La economía colaborativa va en consonancia con lo comentado en la introducción de este capítulo, la revolución tecnológica y el desarrollo de las TICs han supuesto una total modificación de los hábitos de consumo y de la forma de hacer economía. Nos encaminamos hacia un enfoque más eficiente donde los recursos son aprovechados de forma más intensiva y donde el bienestar del consumidor prima más que otras variables.

7. Un caso particular de economía colaborativa: El caso del alquiler de la vivienda vacacional

En el caso del alquiler de la vivienda vacacional Airbnb se coloca la primera a nivel mundial, al ser además la pionera en este sector, surgió en San Francisco a principios de 2008. « Ofrece experiencias únicas para todos los bolsillos en más de 34.000 ciudades y 190 países (Airbnb)».

El funcionamiento es muy sencillo, basta con registrarse en la website o a través de la app de un Smartphone y elegir un destino y una fecha concreta en la que esté disponible una habitación libre. « Tanto si quieren alquilar un apartamento para pasar una noche como un castillo durante una semana o una villa durante un mes entero, Airbnb ofrece a sus usuarios experiencias únicas para todos los bolsillos» (Airbnb).

El anfitrión debe crear un anuncio gratis y responder a las solicitudes que le lleguen. La nueva tecnología social, web 2.0, ha posibilitado la comunicación entre usuarios, lo que hace posible, en el caso de Airbnb que tanto huésped como anfitrión pueden realizar valoraciones con total transparencia y compartir comentarios acerca de la experiencia, dejando así constancia para que otros usuarios puedan tomar su decisión.

Las obligaciones tributarias queda sometida a la responsabilidad del anfitrión; Airbnb únicamente recauda impuestos en nombre de los anfitriones en los casos en los que trabaja en colaboración con la administración local y existe un acuerdo firmado en cuyo caso se muestran automáticamente al pagar la reserva y se incluyen en tu recibo una vez confirmada.

Asimismo, está obligada a aplicar IVA en las tarifas de servicio en aquellos países que gravan la prestación de servicios electrónicos. En la actualidad, esto incluye a los miembros de la UE, Suiza, Noruega, Islandia y Sudáfrica.

Con respecto a la problemática de la regulación debemos señalar que actualmente se aplica de forma homogénea el marco regulatorio vigente a los nuevos entrantes, especialmente en el pago de impuestos. Sin duda nos encontramos ante un desafío; una nueva forma de hacer economía ha surgido, y se necesita un marco específico que regule estas nuevas actividades y elimine la incertidumbre que se pueda originar por la inexistencia de un marco concreto. No debemos olvidar que el regulador no puede tomar decisiones precipitadas que restrinjan las nuevas modalidades de negocios por el mero hecho de que puedan afectar a un determinado grupo de agentes económicos, debiendo siempre primar el bienestar general.

Debemos por tanto plantearnos la cuestión de qué papel juegan las plataformas y en qué medida éstas son responsables de las acciones que intermedian, así como definir el papel que deben jugar las distintas administraciones (Europa, Administración Central y Gobiernos autonómicos) como ya hemos indicado anteriormente.

8. Análisis de requisitos el caso del sector alquiler de la vivienda vacacional:

-El establecimiento de plazos máximos o mínimos de alquiler ha sido una de las medidas tomadas por el gobierno de Madrid y que ha sido de pleno rechazada por la CNMC quien ha decidido impugnarlo. No tiene sentido establecer un mínimo de noches, sería impedir de forma tácita ser una alternativa a los alojamientos turísticos tradicionales, a ningún hotel se le pide un mínimo de días como requisito para que puedan alquilar sus habitaciones.

-Inscripción en el registro turístico, el asunto de tener estadísticas y datos si parece importante para un control para futuros estudios e informes, pero habría que ver hasta qué punto sería adecuado restringir la actividad por un asunto así.

-Teléfono de atención 24h. Este requisito por ejemplo, entraría dentro del plano de los desproporcionados. El que utiliza un servicio como airbnb sabe que no va a tener las mismas prestaciones que en un hotel y aun así por su libertad de elección considera oportuno realizar así su estancia, por ello es responsabilidad del usuario y decisión suya ir a un apartamento donde se prescinde de este servicio. No parece ni mucho menos un requisito indispensable que determine la calidad del alojamiento.

Ninguno de estos requisitos parece ir en contra de lo fundamental, y lo que le da sentido auténtico a la regulación; la protección del consumidor.

9. Un caso especial: El Crowdfunding.

Queremos en este apartado analizar un caso especial como consideramos que es el Crowdfunding. Este sistema de financiación colectiva permite a las personas donar dinero para apoyar distintos proyectos, productos... sin intermediarios financieros, aunque existen ciertas limitaciones por ley en cuanto cómo y de quién las startup pueden recaudar dinero, con el fin de evitar el fraude, incluyendo además límites cuantitativos, de los que hablaremos más hacia delante.

Cuando hablamos de Crowdfunding seguimos haciendo referencia a un grupo de usuarios que deciden pedir lo que necesitan a otro grupo. Los proyectos de “crowdfunding” muestran una amplia variedad de objetivos. Algunos, necesitan poco capital para un proyecto particular, como por ejemplo un evento, que suelen ser financiados por la familia o amigos, o incluso para un viaje; aunque cada vez es más usado para financiar nuevos proyectos a emprendedores.

Por su parte, la persona o empresa quien realiza la aportación suelen obtener una recompensa por la financiación, basado en ventajas, entradas, pre- venta etc.

En EEUU, la ley que regula el crowdfunding es “Jump start Our Business Startups Act” desde abril de 2012. En España hablaremos a continuación de la regulación.

Como venimos comentando uno de los principales problemas que surgen en el desarrollo de la economía colaborativa, es la ausencia de un marco regulatorio que ponga límites a estas nuevas actividades. El pionero en establecer un marco jurídico que regule esta forma tan amplia e innovadora de compartir ha sido el “Crowdfunding”, aunque no en todas sus modalidades. Es por ello que pasamos a analizar éste.

El Crowdfunding ha crecido un 114% en España, en comparación con la cifra del año anterior, y este voluminoso crecimiento ha motivado que en el Congreso haya aprobado una ley para regular esta actividad. Dependiendo de la naturaleza del intercambio, se puede hablar de cuatro tipos de crowdfunding:

- Recompensa: el mecenas recibe una recompensa como contraprestación a las aportaciones dadas.
- Inversión: el inversor o micro-inversor recibe una acción de una empresa, una participación de la misma, o compromisos sobre beneficios de la misma, como contraprestación a su aportación.

- Préstamo: el prestamista recibe su préstamo junto con un tipo de interés sobre el dinero prestado como contraprestación a su aportación.
- Donación: los donantes no reciben contraprestación puesto que financian, principalmente, proyectos solidarios o humanitarios.

La Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial, es la encargada de regular esta novedosa forma de financiación colectiva, aunque no lo hace de manera completa; únicamente da cobertura a dos de las cuatro mencionadas anteriormente.

La ley regula las plataformas de financiación participativas, entendidas como aquellas cuya actividad consiste en poner en contacto, de manera profesional y a través de páginas web u otros medios electrónicos, a una pluralidad de personas físicas o jurídicas que ofrecen financiación a cambio de un rendimiento dinerario, denominados inversores, con personas físicas o jurídicas que solicitan financiación en nombre propio para destinarlo a un proyecto de financiación participativa, denominados promo9.

Los proyectos que pueden ser objeto de financiación participativa solo podrán ser proyectos de tipo empresarial, formativo o de consumo. Se necesita autorización previa para ejercer su actividad, debiendo cumplir, para obtenerla y mantenerla, una serie de requisitos.

ANEXO: EVIDENCIA EMPÍRICA DE LA RELACIÓN ENTRE POLÍTICA DE COMPETENCIA Y CRECIMIENTO ECONÓMICO.

1. Introducción

Trataremos de mostrar a partir de la evidencia empírica la relación positiva existente entre competencia y crecimiento económico. Numerosos son los trabajos que han sido elaborados y que demuestran la relación defendida. Algunos de los más relevantes son; "Growth, Competition and Welfare" de Theo Van De Klundert y Sjak Smulders (1997) en el Scandinavian Journal of Economics, "Competition and Growth, Reconciling Theory and Evidence" de Philippe Aghion and Rachel Griffith (2008), o estudios como "Why is Competition Important for Growth and Poverty Reduction?", del Department for International Development de la OECD (2008).

A lo largo de este capítulo expondremos una breve síntesis de estos y otros estudios realizados por diversos autores e instituciones. Posteriormente realizaremos dos análisis más detallados de los estudios de Campo (2014) y Palma y Púlido (2015). Para finalizar nos centraremos en el análisis del caso australiano, el cuál es una demostración pragmática de la relación entre competencia y crecimiento defendida en este trabajo.

2. Síntesis de casos y estudios que evidencian empíricamente la relación política de competencia y crecimiento.

En este subepígrafe trataremos de exponer muy brevemente algunos de los estudios más relevantes de la conjunción competencia-crecimiento, resaltando las principales conclusiones a las que se ha llegado en cada caso.

El estudio de Tolosa y Borrell (2005).

El objetivo del estudio realizado por Tolosa y Borrell (2005) denominado "El impacto de la política de competencia sobre la productividad, la competitividad y el dinamismo empresarial" es mostrar cual es el efecto de la política de competencia sobre la renta per cápita, la cual recoge el impacto agregado neto que la competencia tiene sobre la productividad total de los factores de producción (productividad del trabajo, productividad del capital y otros aspectos que determinan la renta personal como los resultados en cada economía en términos de ocupación, desocupación, actividad, ocio y número de horas trabajadas).

En lo que respecta a la metodología las variables utilizadas en sus estimaciones han sido alimentadas en su mayoría por los datos de Persson y Tabellini (2003).

Hay que señalar que la base de datos utilizada consta con datos para ochenta y cinco países definidos como democracias. Lo cierto es que la disponibilidad de datos referidos a la política de defensa de la competencia en el momento de realización del estudio, hizo que finalmente se trabajara con un número más restringido de países. Las variables se toman en promedio para el periodo 1990-1998 o una cantidad de años menor dependiendo de la disponibilidad de datos.

Las variables de resultados utilizadas para el estudio son la productividad, la renta y la competitividad.

El estudio sobre cómo afecta la competencia a la renta per cápita es estadísticamente significativo tanto en la estimación por mínimos cuadrados ordinarios como en la estimación simultánea que corrige el problema de la endogeneidad.

Las principales conclusiones que se obtienen es que un aumento en la efectividad de la política de competencia permite un aumento de la renta per cápita. En el momento que se posibilita que la efectividad de la política de competencia dependa a su vez de la renta per cápita y del grado de apertura comercial, un aumento en la efectividad media de la política de competencia permite un aumento de la renta per cápita en mayor medida. Según el estudio el incremento será de un 5 % mayor.

Según Tolosa y Borell (2005) "si de los países elegidos para el estudio, por ejemplo Portugal o Polonia, aumentasen su efectividad hasta la efectividad de la política de competencia de países como Suecia, Nueva Zelanda o Canadá, se lograría un aumento medio de renta per cápita de 6.612 dólares de Estados Unidos de América de 1985. Lo que en el caso de Portugal, supone alcanzar la renta per cápita de Dinamarca o Suecia".

Como conclusión final podemos destacar que los efectos de la política de competencia sobre la renta per cápita son positivos y dependen del grado de apertura al exterior. A mayor apertura, mayor competencia y mayor renta per cápita.

El estudio de Besley, Persson y Sturm (2010).

En 2010 Besley, Persson y Sturm desarrollaron un estudio denominado "Political Competition, Policy and Growth: Theory and Evidence from the US". Estos autores realizaron un estudio econométrico que combinaba una dimensión temporal con otra transversal.

El objetivo principal del estudio es mostrar como las políticas de competencia pueden llevar a la economía a la consecución del crecimiento económico.

Con respecto a la metodología hay que señalar que el modelo trata de capturar el efecto de los cambios a largo plazo en la política de competencia. Los autores realizaron un estudio econométrico que combinaba una dimensión temporal con otra transversal (panel de datos).

El país de referencia del estudio fue EE.UU y para medir la orientación de la política del gobierno, se utilizan principalmente tres variables: ingresos fiscales, gasto público y una variable que indica si un estado tiene una ley sobre derecho del trabajo. Hay que señalar que la medida de la política de competencia según señalan los autores no es necesariamente exógena.

Realizado el test de Hausman, se decide estimar el modelo de regresión lineal de datos de panel empleando el estimador de efectos fijos.

Las conclusiones del estudio apuntan que se confirma la hipótesis de partida (las políticas de competencia pueden llevar a la economía a la consecución del crecimiento económico). Y además se señala como efectos colaterales que políticas de competencia más intensas tienen un resultado negativo en los ingresos fiscales y un impacto positivo en el gasto en infraestructuras (aumento del gasto público). Por último se acaba concluyendo que los resultados son validos para Estados democráticos sin muchas divergencias entre sus territorios, y para un periodo de tiempo a largo plazo.

El estudio de Cheng Ma (2011).

El objetivo principal de Cheng Ma (2011) en su obra "The Effect Of Competition Law Enforcement On Economic Growth" era evaluar los resultados que provocaba la política de competencia en el crecimiento económico de los países.

Con respecto a la metodología hay que señalar que realizó un análisis para 101 países. Y se señala que ya que en teoría el estimador de Mínimos Cuadrados Ordinario (MCO) es sesgado e inconsistente, el modelo es estimado por el estimador de Mínimos Cuadrados en dos Etapas (MC2E). Para contrastar las diferencias del Modelo estimado por MC2E y MCO, se aplica la prueba de Hausman que concluye que no existe problema de endogenidad. Por tanto el modelo es válido.

Las conclusiones de Cheng Ma indicaban que la promoción de la competencia tendrá efectos sobre el crecimiento cuando la política de competencia esté desarrollada y exista una eficiencia

política. Es decir, el autor recalca la importancia de tener el esquema adecuado para aplicar la política de competencia si queremos que ésta ayude a favorecer el desarrollo y el crecimiento económico.

El estudio del "Office of Fair Trading" (2011).

El objetivo fundamental del estudio del "Office of Fair Trading" (2011) es tratar de seguir evidenciando la línea que venimos defendiendo, es decir, la relación entre competencia y crecimiento económico.

La metodología que usará en primer lugar analiza como la competencia afecta a los factores que determinan el crecimiento económico, o lo que es lo mismo como la competencia afecta a los recursos naturales, al capital y al trabajo. En segundo lugar estudiará cómo se podría maximizar el impacto de la competencia en el crecimiento económico.

Las conclusiones más importantes que se derivan del estudio se sintetizan en que la competencia es útil para impulsar el crecimiento a través de una variedad de canales. Por ejemplo contribuyendo a una mejor utilización del capital, de la mano de obra y los recursos naturales, y favoreciendo la promoción de la innovación y una mejor gestión empresarial.

Además la Office of Fair Trading (de ahora en adelante, OFT) señala que el Gobierno y las autoridades de competencia tienen papeles diferentes, pero complementarios, en la conducción de la competencia (y por lo tanto el crecimiento). Si aplicamos esto a un ámbito local, estaremos diciendo que la ADCA y la Junta de Andalucía tienen funciones distintas en materia de competencia, pero ambas deben ejercer acciones complementarias y coherentes cuando así lo requiera la situación del mercado, ya que ello ayudará al mejor funcionamiento del mercado y por consiguiente a mayor crecimiento.

Los impactos del Gobierno mediante sus actuaciones sobre la competencia no deberían distorsionar el mercado, por ello la OFT señala que se requieren actuaciones muy cuidadosas debido a los efectos que se podrían ocasionar en el mercado; cuando se deciden liberalizar los mercados, o bien, cuando se decide conceder ayudas públicas. De todas las formas, según la OFT (2011; 40) "el gobierno debería tener como objetivo promover la competencia o, al menos, minimizar cualquier distorsión". Pero siguiendo la línea de lo mencionado por la OFT (2011), se concluye que para los gobiernos podría ser realmente complejo actuar en algunas ocasiones ya que reciben numerosas demandas para que lleven a cabo determinadas políticas, incluidas las de numerosos grupos de interés que se benefician de la existencia de restricciones en el mercado. Por tanto se insta a que se actúe con la mayor coherencia posible para que en ningún caso el binomio competencia-crecimiento se vea afectado.

3. Análisis detallado de dos estudios que demuestran empíricamente la relación entre competencia y crecimiento.

3.1 Relación existente entre competencia y crecimiento a través del modelo clásico (Campo, 2014).

El trabajo de Jacobo Campo (2014) que hemos elegido para mostrar empíricamente la relación existente entre competencia y crecimiento utilizó un modelo clásico de crecimiento económico,

$$Growth_i = \alpha + \beta_1 \ln\left(\frac{I}{Y}\right)_i + \beta_2 \ln(n_i + g + \delta) + \beta_3 \ln\left(\frac{Y}{L}\right)_{i,t_0} + \varepsilon_i$$

que incorporó medidas de competencia en el mercado.

Objetivos y qué se pretende.

Se pretende mostrar con el trabajo, la relación positiva existente entre la promoción de la competencia y el crecimiento económico en el periodo 1990 – 2010. Así como observar de qué forma afecta la eficiencia en el mercado de los bienes (grado de eficiencia) al PIB per cápita.

Metodología y Fuentes de datos.

Campo (2014) parte dos hipótesis; para demostrarlas y ver la relación construye dos modelos econométricos a partir de un modelo clásico. Una vez mostrada la relación, enuncia los resultados e intenta analizar y sacar conclusiones. Para la demostración usa una muestra de 101 países. Si bien, los datos fueron tomados de la base de datos Penn World Table (PWT) elaborada por Summer, Heston y Aten (2012).

Sus dos hipótesis de partida son:

- La promoción de la competencia favorece el crecimiento económico.
- Cuanto más eficiente es el funcionamiento del mercado, mayor es la renta per cápita.

Como se mencionó anteriormente, se estimaron dos modelos para estudiar el efecto del alcance del régimen de competencia en el crecimiento económico, uno con una variable que refleja el efecto de la competencia y el segundo con otra variable que captura la eficiencia del mercado de bienes (grado de competencia perfecta). Los dos modelos se presentan a continuación.

El primero incluye como variable dependiente la tasa de crecimiento promedio del PIB real per cápita entre 1990 y 2010. Growth es la tasa de crecimiento económico de un país, para el período t0 a T, (Y/L) t0 PIB real por trabajador en el período inicial, (I/Y)t es la inversión como porcentaje del PIB y (ni + g + δ) es la suma de la tasa de crecimiento de la población, de la tecnología y la tasa de depreciación. Adicionalmente α es la constante, βi son los parámetros de interés a estimar y ε es el término de error del modelo. Se incluye además la variable Scope*Eficiencia y (x) representa un vector de variables de control.

$$Growth_i = \alpha + \beta_1 \ln\left(\frac{I}{Y}\right)_i + \beta_2 \ln(n_i + g + \delta) + \beta_3 \ln\left(\frac{Y}{L}\right)_{i,t_0} + \beta_4 (Scope * Eficiencia)_i + x_i \gamma + \varepsilon_i$$

El segundo modelo incluye la tasa de crecimiento promedio del PIB real per cápita entre 1990 y 2010, e incorpora en la especificación una nueva variable llamada Meff, que corresponde a la eficiencia en el mercado de los bienes (grado de eficiencia), la cual fue proporcionada por Foro Económico Mundial, según el Informe de Competitividad Global 2012 – 2013 [*World Economic Forum (2012)*].

$$Growth_i = \alpha + \beta_1 \ln\left(\frac{I}{Y}\right)_i + \beta_2 \ln(n_i + g + \delta) + \beta_3 \ln\left(\frac{Y}{L}\right)_{i,t_0} + \beta_4 (MEff)_i + x_i \gamma + \varepsilon_i$$

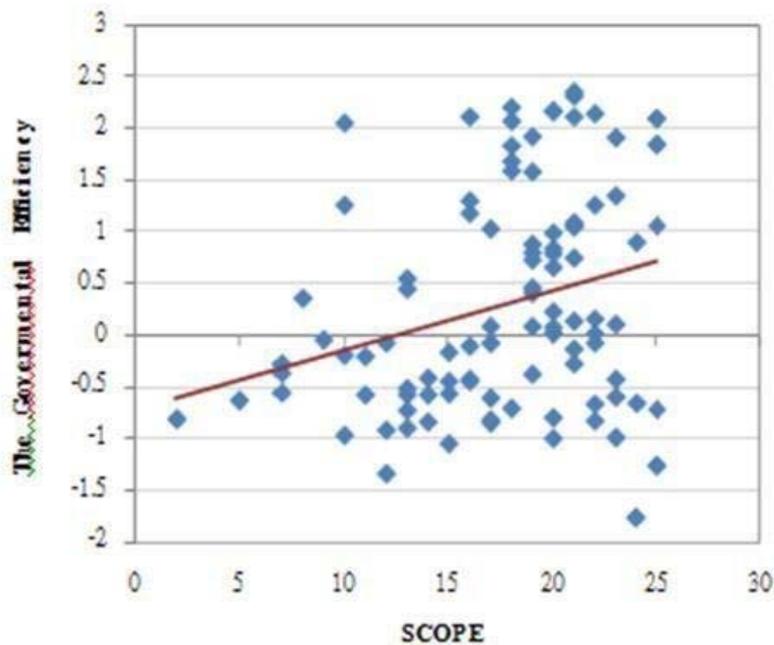
Los modelos son estimados por el estimador de Mínimos Cuadrados en dos Etapas (MC2E), ya que en teoría el estimador de Mínimos Cuadrados Ordinario (MCO) es sesgado e inconsistente. Para contrastar las diferencias del Modelo estimado por MC2E y MCO, se aplica la prueba de Hauman que concluye que no existe problema de endogenidad. Por tanto los Modelo son válidos.

Principales conclusiones.

Se concluye que la intensidad de la legislación sobre competencia no causa efectos sobre el crecimiento económico por sí sola, pero sí cuando se combina con la "efectividad" del gobierno. Es decir, cuando se combinan la promoción de competencia con un gobierno que tiene una elevada eficiencia, el impacto del alcance del régimen de competencia en el crecimiento económico es positivo y significativo, aproximadamente de 0.04 según lo estimado en el modelo. Los resultados del modelo 2 por su parte indican que cuando los niveles de competencia en el interior de los mercados de bienes se incrementan, también lo hace la producción medida como el PIB por trabajador, es decir, que los niveles de competencia tienen un impacto positivo en el crecimiento económico. Se calcula en este caso que el aumento es del 1.21%.

Queda por tanto evidenciado que la promoción de la competencia es necesaria para el crecimiento económico, pero es indispensable la existencia de un gobierno eficaz que actúe de la forma más eficientemente posible. Para ilustrar mejor las conclusiones mostramos a continuación la gráfica 6;

GRÁFICA 6: RELACIÓN ENTRE EFICIENCIA GUBERNAMENTALES E INTENSIDAD EN LA COMPETENCIA, PARA 101 PAÍSES.

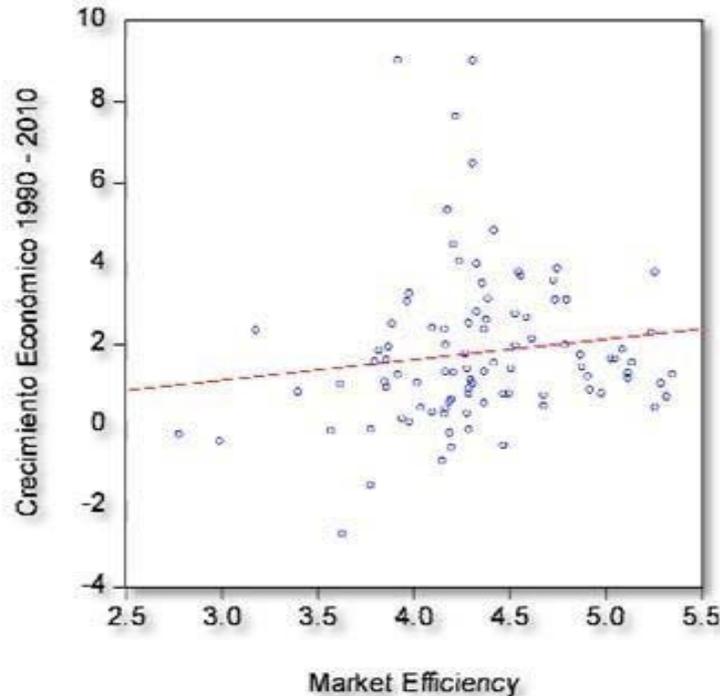


Fuente: Campo (2014). Competencia y Crecimiento Económico: Una Aproximación Empírica.

La gráfica 6 nos enseña la vinculación positiva que existe entre la variable de eficiencia del gobierno y los niveles de competencia de los 101 países de la muestra que usó el autor (scope). Esta gráfica muestra que para niveles elevados del régimen de competencia se presentan altos niveles en la eficiencia del gobierno, lo que significa que los países con mayores niveles de promoción de la competencia tienen gobiernos más eficientes.

Además Campo (2014) señala que *“como se ha señalado, según los datos esta relación es positiva, lo que indica que un aumento en la promoción de la competencia con un gobierno eficiente provoca un aumento en el crecimiento del PIB”*. Para observar esta relación podemos fijarnos en la gráfica 7.

GRÁFICA 7: RELACIÓN ENTRE LA EFICIENCIA DEL MERCADO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO.



Fuente: Campo (2014). *Competencia y Crecimiento Económico: Una Aproximación Empírica*

Podemos observar que este vínculo es positivo, es decir, un aumento en la eficiencia del mercado de bienes, conduce a un aumento en el grado de la competencia y esto tiene un efecto positivo en el crecimiento económico. Los resultados del modelo 1 se utilizan para evaluar el efecto de un aumento en la promoción de la competencia sobre el crecimiento económico.

Muestra Campo (2014) que si por ejemplo, un país se encontrara ubicado en el percentil 15 y se presentara un aumento en la competencia alcanzando el 75%, el impacto en el crecimiento económico sería del 0,1%.

Para ejemplificar esto el autor utiliza el caso de un país como Colombia, ya que según el ranking de Hylton y Deng (2007), Colombia está ubicada en el puesto 86 y su variable *intensidad de competencia* es 12. Este nivel representa el percentil 15, y si se quiere llegar al percentil 75, debe alcanzar una intensidad de 21 (nivel de países como Argentina, Portugal, Rusia, Lituania, entre otros), lo que implica un aumento de 9 puntos en esta última variable. El resultado de este incremento será de un aumento en el crecimiento económico de 0,09%.

Por último, debe tenerse en cuenta que el resultado del aumento de la eficiencia del mercado de bienes puede entenderse como un producto de la promoción de la competencia por parte del gobierno. En este sentido, los resultados del modelo 2

sugieren que el incremento de la promoción de la competencia tiene un impacto positivo sobre el crecimiento económico de 1.21%. Adicionalmente, los coeficientes asociados a las variables clásicas del modelo de crecimiento presentan los signos adecuados, y son estadísticamente significativos al 1%.

3.2 Análisis de si de una mayor competencia local y una menor concentración del dominio de mercado contribuyen a una mayor riqueza económica (Palma y Pulido, 2015).

Un segundo estudio que nos gustaría resaltar debido a la luz que aporta a la causa defendida en el presente trabajo es el realizado por Palma y Púlido (2015).

Objetivo

Este estudio tiene como objetivo demostrar un objetivo final a partir de una serie de hipótesis que enunciamos a continuación;

-La efectividad de la política de antitrust (AE) contribuye a una mayor competencia local (de ahora en adelante, LC).

-La efectividad de la política antitrust (AE) contribuye a una menor concentración del dominio del mercado (MD).

-El ejercicio de una mayor competencia local (LC) y una menor concentración del dominio del mercado (MD) contribuye a una mayor riqueza económica (GDPpc).

Metodología:

1. Se realiza un análisis para averiguar si la efectividad de la política antitrust (AE) contribuye a una mayor competencia local (LC). El modelo de regresión lineal simple que se propone es :

$$\ln MD_{it} = \alpha_i + \beta \ln AE_{it} + \varepsilon_{it},$$

2. Se realiza un análisis para averiguar si la efectividad de la política antitrust (AE) contribuye a una menor concentración del dominio del mercado (MD). El modelo de regresión lineal simple que se propone es:

$$\ln MD_{it} = \alpha_i + \beta \ln AE_{it} + \varepsilon_{it},$$

3. Una vez realizados los dos anteriores análisis, se realiza otro para averiguar si el ejercicio de una mayor competencia local (LC) y una menor concentración del dominio del mercado (MD) contribuye a una mayor riqueza económica (GDPpc). El modelo que se propone es:

Para finalizar hay que señalar que el estudio concluye afirmando que *“la existencia de una mayor competencia local y de un dominio de mercado no concentrado incide de forma positiva sobre el nivel de bienestar social y riqueza de una nación. Para el caso de la riqueza, un aumento en un 1% de LC conduce hacia un aumento en el GDPpc del 1.37%, mientras que un aumento en un 1% de MD conduce hacia un aumento en el GDPpc del 1.09%”*.

4. La efectividad de la política de competencia para el crecimiento económico: EL CASO AUSTRALIANO.

En este subepígrafe trataremos de seguir demostrando la existencia de una relación estrecha y positiva entre la competencia y el crecimiento.

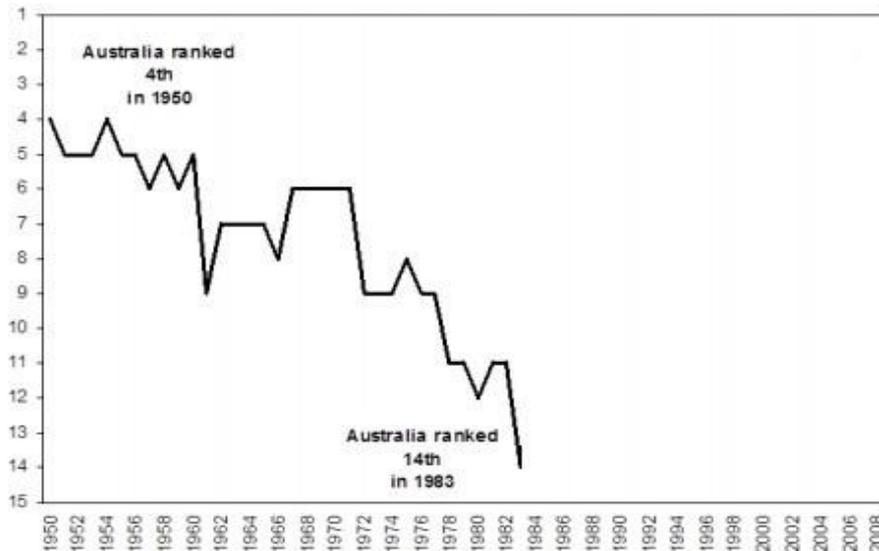
Para el análisis del caso australiano nos basaremos en lo expuesto en *“El Forum de México”* (2013) por parte de Rod Sims, quien es el presidente de la Comisión de la Competencia y Consumo en Australia. El Presidente expuso el caso Australiano, el cual ha sido recogido en el documento *“Driving prosperity through effective competition”*(2013).

En primer lugar, debemos decir que a principios de la primera mitad del siglo pasado, los gobernantes australianos se dedicaron a proteger la economía, a imponer barreras al libre mercado y a intentar desarrollar infraestructuras públicas a través de monopolios.

La bajada de la productividad fue continuada en la década de los 50. Pero a pesar de ello, Australia se mantenía en el ranking en la cuarta posición de los países más productivos.

Ya durante los años 60 y 70, las continuas regulaciones se incrementaron, haciendo que Australia pasara al cuadragésimo lugar del ranking como mostramos en la gráfica 10. Según el mencionado Rod Sims las políticas que llevaron a este declive a Australia fueron concretamente las cuotas establecidas para ciertas industrias, las altas tarifas y los subsidios, la poca flexibilidad del mercado, los monopolios públicos que elevaban el coste de los servicios y una elevada regulación sobre la agricultura y la minería.

GRÁFICA 12: EVOLUCIÓN EN EL RÁNKING DE LA OECD DE AUSTRALIA SEGÚN SU PIB PER CÁPITA. EL DECLIVE AUSTRALIANO.



Fuente: OECD. Realizado Por La Red Internacional De Política De Competencia (2010).

Las medidas excesivamente regulatorias llevaron a Australia a perder productividad y producción por habitante, lo que la situó en una posición insostenible.

Desde la década de los 80 y principalmente durante los años 90, la economía australiana logró ser transformada por una agenda exigente impuesta esencialmente por una política de competencia nacional, que según Rod Sims buscaba “*abrir, dinamizar, flexibilizar y aumentar la productividad de la economía nacional*”. Los principales objetivos fueron eliminar cuotas, disminuir las altas tasas, eliminar subsidios, disminuir los impuestos y aumentar la flexibilidad y una reforma bancaria importante. El cambio fue lento y se vio favorecido por el contexto de crecimiento internacional existente.

Australia para alcanzar los objetivos anteriormente mencionados estableció unas medidas similares a las que se establecen en el documento realizado por la Comisión Europea en 2013: “*The Contribution of Competition Policy to Growth and the EU 2020 Strategy*”.

FIGURA 7: OBJETIVO DE LA POLÍTICA DE COMPETENCIA Y MEDIDAS PROPUESTAS.

Política de competencia. Objetivo	Ejemplo de medidas
Limitar las conductas anticompetitivas de las empresas.	Establecer reglas de conducta competitiva en "Part IV of the Trade Market".
Reformar regulaciones injustificables que restringen la competencia.	Desregulación del mercado doméstico de aviación.
Reformar la estructura de los monopolios públicos para facilitar la competencia.	Reestructuración del uso de la energía.
Restringir los comportamientos monopolistas.	Permitir el acceso ordenado a la red de telecomunicaciones.
Garantizar la neutralidad cuando las empresas públicas compiten con las privadas.	Requerir por parte gubernamental tasas próximas a los precios de las empresas privadas.

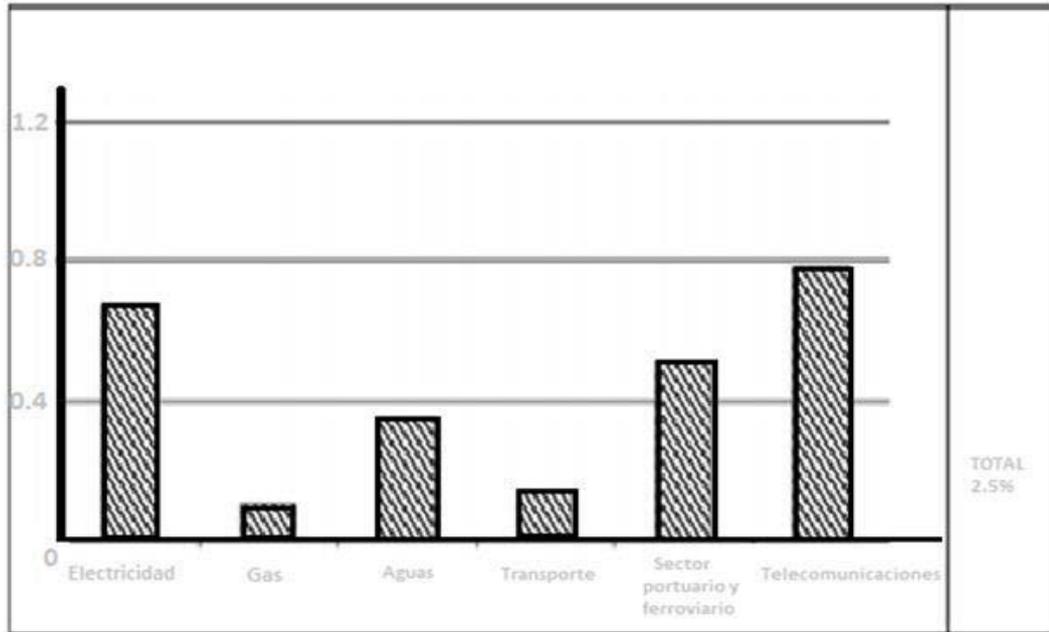
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de "Driving prosperity through effective competition" (2013).

La efectividad de las reformas de competencia en términos de productividad, crecimiento y la posición económica de Australia.

En 1995 las reformas estaban en marcha y había que esperar que los efectos se comenzaran a producir. El presidente en aquel momento del Comité de Política de Competencia, Fred Hilmer, realizó un pronóstico de crecimiento que situaba el aumento del PIB per cápita en torno a un 5%.

En 2005 el organismo australiano encargado de evaluar la productividad calculó que algunas de las reformas habían elevado el PIB australiano un 2.5% por encima de los niveles que habrían prevalecido sin éstas. Los sectores que contribuyeron a este resultado fueron los que mostramos en la figura 8.

FIGURA 8: CONTRIBUCIÓN DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES AL CRECIMIENTO ECONÓMICO (%).



Fuente: Australian Productivity Commission. "Driving prosperity through effective competition"(2013). Pág 12.

Los sectores que se muestran en la figura 4 fueron los principales sectores afectados por las reformas de Política de Competencia.

Lo cierto es que hubo efectos en toda la economía, como se mostró en las estimaciones realizadas por Fred Hilmer. Sin embargo, los cálculos realizados para determinar cuánto creció la economía a partir de estos sectores por las modificaciones realizadas por el organismo de competencia excluyen los importantes aumentos de eficiencia dinámica. El modelo tampoco recogió el impacto de las reformas llevadas a cabo después del año 2000.

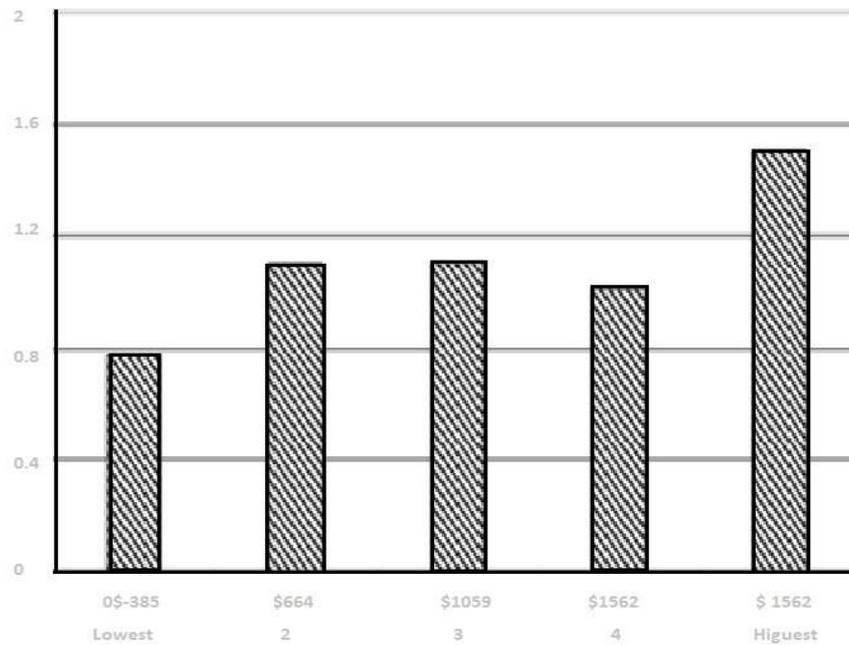
A partir de estos datos la "Productivity Commission" afirmó que la implicación de estas omisiones es que "el impulso total del PIB de las reformas en última instancia, podría ser considerablemente mayor del 2.5% estimado por el modelo".

Un argumento en contra de las reformas era una preocupación porque algunos críticos pensaban que tendrían ventaja los ricos y desventaja a los pobres. Algunos de ellos llegaron a defender que los australianos con menores ingresos, o aquellos que vivían en zonas rurales o más marginales, sufrirían las reformas en favor de las clases más privilegiadas.

Por ello la "Productivity Commission" incorporó un componente distributivo en su modelización, demostrando así que los beneficios de las reformas fluyeron ampliamente entre los australianos.

En términos generales y según los resultados que se obtuvieron podemos afirmar que los ingresos reales aumentaron en todos los niveles, como se muestra en la figura 9, aunque el promedio aumentó de manera desigual.

FIGURA 9: INCREMENTO DE LOS INGRESOS REALES FAMILIARES DESDE EL PERIODO 1989-1990 A 1990-2000 (%).



Fuente: Australian Productivity Commission. "Driving prosperity through effective competition"(2013). Pág 13.

A pesar del desigual incremento en términos relativos, mostrado en la figura 5, entre los más ricos y los más pobres, la competencia había logrado que el pobre fuera más rico, a pesar de que el rico también lo fuese.

Como afectó la competencia a sectores específicos.

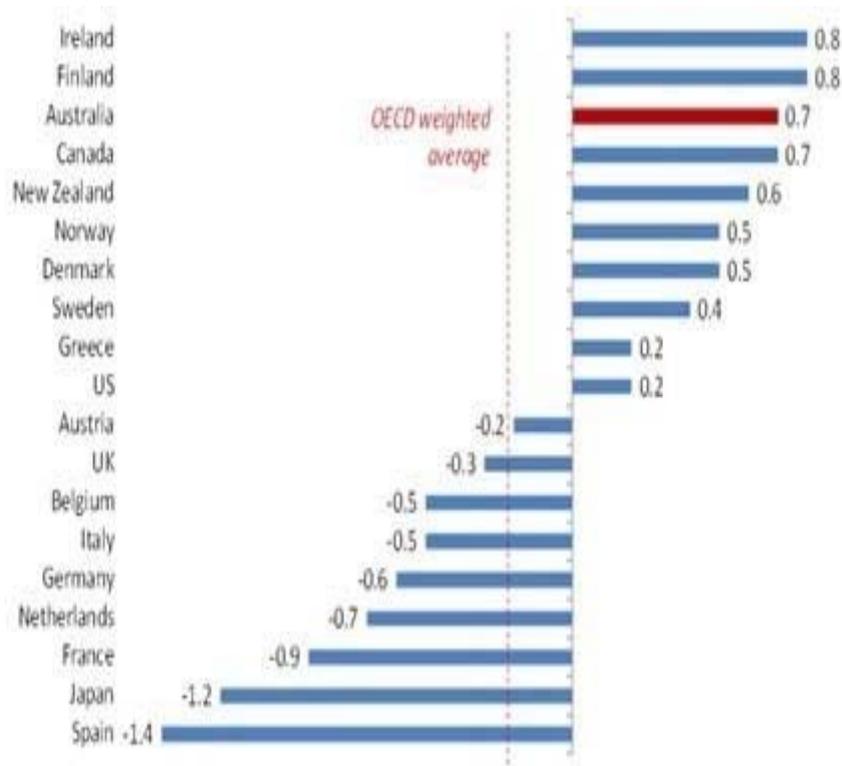
Como ya sabemos no es posible aislar los impactos de las reformas de competencia de muchos otros factores. A pesar de ello, según el informe al que hicimos referencia al comienzo de este subapartado, hemos venido estudiando que en una serie de áreas específicas se han logrado reducir los precios de forma significativa:

- En el sector de la electricidad, los precios reales en promedio de toda Australia cayeron un 19 por ciento entre los años 1990 y 2004.
- Hubo reducciones sustanciales en las tasas de transporte ferroviario de mercancías en la segunda mitad de la década de 1990, que van desde 8 por ciento para el trigo hasta un 42 por ciento para una parte del tráfico de carbón.
- Entre 1996 y 2003, las tasas medias de telecomunicaciones cayeron un 29 por ciento para los negocios y el 17 por ciento de los hogares.

- Después de la desregulación en 2000 el precio medio al por menor de leche cayó un 5% en términos reales.

Por último hay que señalar que para el año 2005 las reformas habían contribuido significativamente a un aumento de la productividad que han permitido crecer a Australia de forma continuada. Por tanto en cuanto a productividad se refiere Australia pasó de ser uno de los países con menor tasa de la OCDE a uno de los mejores, como se muestra en la figura 10.

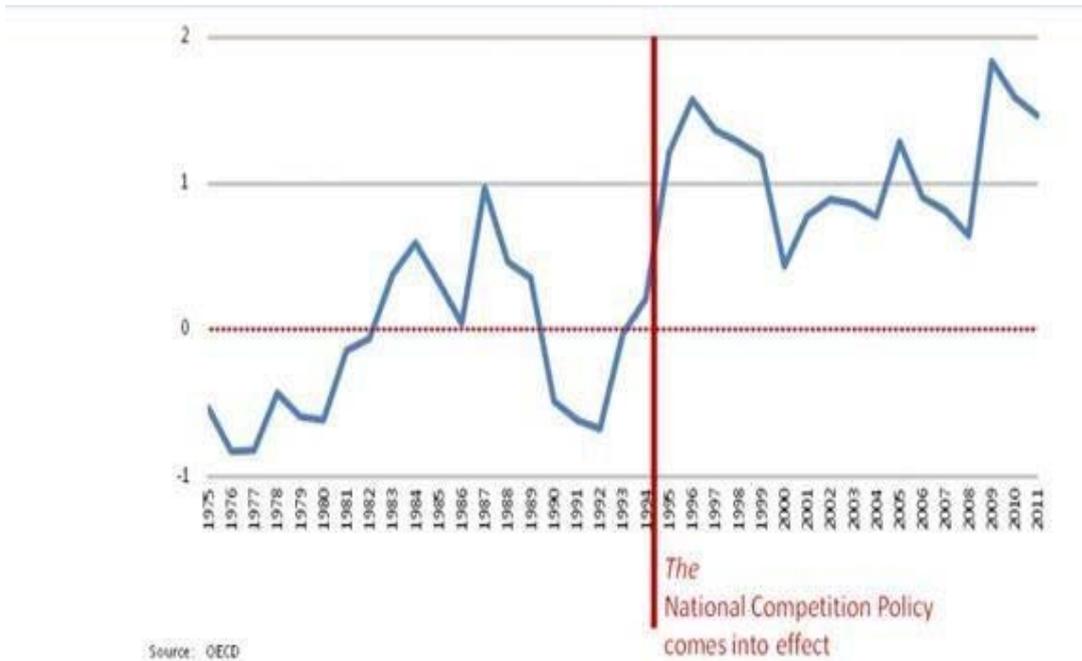
FIGURA 10: CRECIMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD DE AUSTRALIA.



Fuente: Base de datos OECD. Elaborado por Australian Productivity Commission. "Driving prosperity through effective competition"(2013). Pág 15.

Este comportamiento relativo de la productividad también se tradujo en un fuerte crecimiento relativo, como se muestra claramente en la figura 11.

FIGURA 11: CRECIMIENTO DEL PIB AUSTRALIANO.



Fuente: Base de datos OECD. Elaborado por Australian Productivity Commission. "Driving prosperity through effective competition"(2013). Pág 16.

Expuesto este caso, se demuestra de forma clara que cuando se dan los factores evidenciados en los análisis empíricos (promoción de la competencia, eficiencia en los mercados de bienes, una política antitrust efectiva, existencia de competencia local y poca concentración del dominio de mercado) la política de competencia efectivamente provoca mejoras en el funcionamiento del mercado que se traduce en un mayor crecimiento económico y un mayor bienestar de la población.

Bibliografía

- ADCA (2009): "Panorama de la competencia en Andalucía". 2009. Junta de Andalucía. Sevilla.
- ADICAE ANDALUCÍA (2014): "Realidad y posibilidades del Consumo5. La efectividad de la política de competencia para el crecimiento económico: EL CASO AUSTRALIANO. Colaborativo". Informe sobre la realidad y perspectivas en Andalucía.
- ADRETSH, D., et al (2007). "La política industrial actual: conocimiento e innovación empresarial". Economía industrial, (363), 33-46.
- ALCALDE GUINDO, C (2005). "La evolución de la Política de la Defensa de competencia". ICE nº826. 2005.
- ALLENDESALAZAR CORCHO, R y PEREZ-BUSTAMANTE, J (2007) ; "Código del derecho de la Competencia". España; Gaceta jurídica.
- AGHION, P., et al (2002). "Competition and innovation: An inverted U relationship" (No. w9269). National Bureau of Economic Research.
- AGÚNDEZ, A y MARTINEZ-SIMANCAS, J (2007). "Derecho de la competencia y de la propiedad industrial, intelectual y comercial". Madrid. La ley. 2007.
- ÁVILA M y DIAZ M. A. (2003): "Política de competencia y política comercial: Becker G. S. Políticas Públicas, Grupos de Presión y Costes Sociales, en Privatización, Desregulación y ¿Competencia?". G. Bel. Civitas, Madrid. 1996.
- BAEZA E. O. (2015). "Treinta años después. Evidencias e interrogantes". Telos: Cuadernos de comunicación e innovación, (100), 34-38.
- BESLEY, T., PERSSON, T. y STURM, D. M. (2010). "Political competition, policy and growth: theory and evidence from the US". The Review of Economic Studies, 77, 1329-1352.
- BROWN, T., et al (2010). "Design thinking for social innovation" Stanford Social Innovation Review, (516) 31-35.
- CAJAIBA-SANTANA, G. (2014). "Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework". Technological Forecasting and Social Change, 82, 42-51.
- CALZADA, J. y COSTAS, A. (2015). La liberalización de las telecomunicaciones en España: control de la inflación y universalización del servicio. Universidad de Barcelona.
- CALZADA, J. y STRUCH, A. (2011). Telefonía móvil en España: regulación y resultados. ICE, 81(CUADERNOS ECONÓMICOS DE ICE Nº 81).
- CDTI (2009). "Impacto de la I+D+I en el sector productivo español". 2009. Madrid. CNMC (2012). Informe Económico Sectorial 2012 de la CNMC.

COLOMA, G. (2000). "Prácticas horizontales concertadas y defensa de la competencia. Buenos Aires": C.E.M.A.

COMISIÓN EUROPEA (2011): "Informe sobre política de competencia 2010". Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (2012): "Informe sobre política de competencia 2011". Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (2013): "Informe sobre política de competencia 2012". Bruselas. Pp: 20-22.

COMISIÓN EUROPEA (2014): "Informe sobre la política de competencia 2013" Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (2010). "Estrategia Europa 2020". Comunicación de la Comisión. Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (2009). "Informe sobre política de competencia". Bruselas. 2009. Comité Ejecutivo. Estrategia Europa 2020 y gobernanza.

COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO (2013): "Dictamen sobre Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI".

CORDEN, S. (2009). "Política de competencia de Australia; Posibles implicaciones para México". Documento preparado como parte del programa "Proceso para el fortalecimiento del marco regulatorio para la competitividad en México" en el que colabora la OCDE.

DIAZ, R ET AL (2014): "Airbnb como nuevo modelo de negocio disruptivo en la empresa turística: un análisis de su potencial competitivo a partir de las opiniones de los usuarios". Conference: XVIII Congreso AECIT. Noviembre 2014. Benidorm.

DENISE DRESSER (2009): "Los monopolios detienen el desarrollo". 2009. Development, 6(2), 11-18.

DON, H., KEMP, R., & VAN SINDEREN, J. (2008). "Measuring the economic effects of competition law enforcement". De Economist, 156(4), 341-348.

ERIKSON, F. (2010): "The Europe 2020 strategy: time for Europe to think again". European View Volumen 9, Issue 1 , pp 29-37.

GARCÍA GARCÍA, S. & FERNÁNDEZ CASCAN, J. (2007). "Liberalización del sector de Telefonía Móvil, ¿merece la pena el esfuerzo?". Anales de mecánica y electricidad / marzo-abril 2007.

GARCÍA HIDALGO, JL (2012). "La contribución de la Unión Europea a la configuración de un marco global para la política de competencia". Sevilla. Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla.

GARCÍA HIDALGO, J. y PALMA MARTOS, L. (2014). "Los nuevos desafíos de la política de competencia en la Unión Europea ante la recuperación económica y la Estrategia Europa 2020". Pp 37-47. Boletín económico de ice nº 3058 del 1 al 31 de diciembre de 2014.

- GIMÉNEZ, J. V. (2005). "La reforma de la regulación en el contexto autonómico". Papeles de trabajo del Instituto de Estudios Fiscales. Serie economía, (5), 1-63.
- GONZALEZ VAZQUEZ, I. (2012). "La política de competencia en la Unión Europea. Retos y perspectivas ante la crisis económica". Ciclo de Conferencias de Osuna 2012.
- GURRUTXAGA ABDA, A. (2011). "Condiciones y condicionamientos de la innovación social". Arbor, 187(752), 1045-1064.
- HARBERGER, A. C. (1954). "Monopoly and resource allocation". The American Economic Review, 44(2), 77-87.
- HOEDL, E. (2011). "Europe 2020 Strategy and European Recovery (Strategia Europa 2020 Europejska Odbudowa)". Problems of Sustainable Development, Vol. 6, Nº. 2, pp. 11-18, 2011 Berlin. 2011.
- HUBERT, A (2010). "Empowering people, driving change: Social Innovation in the European Union". Bureau of European Policy Advisors (BEPA)
- JACQUES, P (2006) . "European Integration". Tercera edición. Harlow: Pearson, 2006.
- JUNTA DE ANDALUCÍA (2015): "Informe económico y financiero". Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía 2015.
- KHANA A. y KHANA P. (2014). "Disciplining the Sharing Economy. Project Syndicate".
- LLODRA, B. et al (2014): "De la innovación social a la economía colaborativa". Fundación Balear de Innovación Tecnológica.
- MARTÍNEZ LAGE, S y PETITBÓ J, A. (Dir.)(2006): "El Abuso de Posición de Dominio". Fundación Rafael del Pino Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, S. A.
- MAUDOS, J. & DE GUEVARA, J. (2007). "The cost of market power in banking: Social welfare loss vs. cost inefficiency". Journal of Banking & Finance, 31(7), pp.2103-2125.
- MCELROY, M. W. (2002). "Social innovation capital". Journal of Intellectual Capital,3(1), 30-39.
- MONTAÑO, B. (2002). "Abuso de posición dominante: derecho comparado y derecho uruguayo vigente". Revista de derecho, 1(1), pp.5-24.
- MOTTA, M. (2004). "Competition policy: theory and practice". Cambridge University Press.
- MULGAN, G. (2006). "The process of social innovation". Innovations, 1(2), 145-162.
- MA, T. C. (2011). "The effect of competition law enforcement on economic growth". Journal of Competition Law and Economics, 7(2), 301-334.
- MONTAÑO, T. D. "Abuso de posición dominante". Boletín latinoamericano de competencia boletín latino-americano de concurrencia, 62.

- NAVARRO, I. B., MASSICCI, C. E., y BROTONS, A. R. (2001). "La Organización Mundial del Comercio y el regionalismo europeo". Dykinson.
- ONTIVEROS, E. (2000). "La economía en la Red. Nueva economía, nuevas finanzas". Madrid: Taurus.
- PALMA MARTOS, L. (2005): "Fundamentos Económicos y Claves de Aplicación de la Política de Defensa de la Competencia". Cuadernos de Administración, 21 (34), 31- 60.
- PALMA MARTOS, L. (2008): "The Common Market and Competition Policy European Union". Analele Stiintifice ale Universitatii "Alexandru Ioan Cuza" din Iasi- Stiinte Economice, 55, 286-301.
- PARLAMENTO EUROPEO (2013). The Contribution of Policy Competition to Growth and Strategy UE 2020. Bruselas.
- PASTOR, VICENTE J (2012) "La política comunitaria de competencia". El entorno empresarial de la Unión Europea. Universidad de Valencia. Pp.1-3.
- PAULIS, E. (2010). "12 Abuses of dominant position and monopolization: conclusions of the major debates in the EU and USA". Competition Law and Economics: Advances in Competition Policy Enforcement in the EU and North America, 161.
- PALMA, L y PULIDO, N (2015). "Análisis para averiguar si la efectividad de política antitrust (AE) contribuye a una mayor competencia local (LC). Documento de trabajo usado en el Ciclo de Conferencias sobre Competitividad y Competencia organizado por la Autoridad Vasca de Competencia.
- PETIBÓ, A. (1997). "Competencia, reforma de la regulación, privatización y competitividad. Ekonomiaz": Revista vasca de economía, (37), pp.16-33.
- PETITBÓ, A (2003): "La defensa de la competencia en España a partir del artículo 38 de la Constitución Española". Economía industrial, (349).
- PORTER, M. E. (1991). "La ventaja competitiva de las naciones " (Vol. 1025). Buenos Aires: Vergara.
- PRIETO KESSLER, E (2005). "Política de defensa de la competencia de la Unión Europea". ICE. 2005. Pp 105-107.
- PRIETO KESSLER, E. (2005). "La política de defensa de la competencia en la Unión Europea". Información Comercial Española, ICE: Revista de economía (820), pp.99- 110.
- PALACIO, J. R. S., et al (2008). "La innovación social en la empresa: el caso de las cooperativas y de las empresas de economía social en España". Economía Industrial, (368), 187-196.
- PHILLS, J. A., DIGLEMER, K., & MILLER, D. T. (2008). "Rediscovering social innovation". Stanford Social Innovation Review, 6(4), 34-43.

ROMER, D., MAKIW, N. G., & WEIL, D. N. (1990). "A contribution to the empirics of economic growth (No. w3541)". National Bureau of Economic Research.

RIVAS, L., GARCÍA, J. y R.SAINT, L. (2015). "Modelo de Análisis de Excedentes Económicos". (MODEXC). CIAT, Cali, Febrero, 1.

SEGURA, J. "Cambios en la Política de Defensa de la Competencia e Industrial". Ekonomiaz nº21. 2007 Pp 36-49.

SEMMLEZ, W. "Competencia, monopolio, y diferenciales de las tasas de ganancia. , monopolio, y diferenciales de las tasas de ganancia: Consideraciones teóricas y evidencia empírica". Economía: Teoría y práctica, Nº11.

SIM, R (2013). "Driving prosperity through effective competition"(2013). Forum de México 2013.

SOTO PINEDA, J. (2015). "La protección al consumidor como finalidad primordial de la defensa de la competencia: la experiencia de los Estados Unidos, la Unión Europea y Colombia". 23 (2), pp.351-421.

SIFONTES, D. (2003). "Regulación económica y agencias regulatorias independientes: una revisión de la literatura". Revista Virtual Contribuciones a la Economía.

SCHUMPETER, J. A. (2013). "Capitalism, socialism and democracy". Routledge.

TOLOSA, M Y BORRELL J-R (2005): "El impacto de la política de competencia sobre la productividad, la competitividad y el dinamismo empresarial". Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, División de Información, Documentación y Publicaciones. Madrid, 2005.

TUÑÓN, J. (2003). "Andalucía y la Unión Europea". Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.

Fuentes documentales:

ACCO (2013): "Memoria de Autoridad Catalana de Competencia 2013". http://acco.gencat.cat/web/.content/80_acco/documents/arxiu/actuacions/Memo_ACCO_2013_ESP.pdf

ADCA (2010): "Memoria de actividades 2010" <http://juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Memoria%20Competencia%20de%20actividades%202010.pdf>

CMT (2013). "Informe relativo al servicio de itinerancia internacional en el mercado español de telefonía móvil" http://www.cmt.es/c/document_library/get_file?uuid=d756f71d-40d0-44e8-88e7-fb6a38aa07dc&groupId=10138

CNMC (2015). "La CNMC amplía el expediente sancionador en los mercados de fabricación de cemento, hormigón y sus productos relacionados a cuatro empresas más". <http://www.cnmc.es/CNMC/Prensa/TabId/254/ArtMID/6629/ArticleID/1179/La-CNMC-ampl237a-el>



expediente-sancionador-en-los-mercados-de-fabricaci243n-de-cemento-hormig243n-y-sus-productos-relacionados-a-cuatro-empresas-m225s.aspx

ES.EURIBOR-RATES.EU, (2015). "Gráficos del Euribor - datos histórico". <http://es.euribor-rates.eu/graficos-del-euribor.asp>

EUR-LEX.EUROPA.EU, (2004). "Comunicación de la Comisión sobre la cooperación en la Red de Autoridades de Competencia". [http://eurlex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52004XC0427\(02\)&from=ES](http://eurlex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52004XC0427(02)&from=ES)

EUR-LEX.EUROPA.EU, (2010). "Comunicación sobre Europa 2020: Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador". <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52010DC2020>

EUROPA.EU, (2004). "Comunicación de la Comisión sobre la cooperación en la Red de Autoridades de Competencia 2004" Diario Oficial C 101 de 27.4.2004. http://europa.eu/legislation_summaries/competition/firms/l26109_es.htm

OBERSVATORIO ECONÓMICO DE ANDALUCÍA (2012): "Un programa de ajuste y competitividad para Andalucía".

<http://www.oeandalucia.com/wp-content/uploads/2012/12/programaAjuste.pdf> WORLD ECONOMIC FORUM, (2015) "The Global Competitiveness Report 2014 –