

Estudios de competencia



La percepción sobre la competencia en la comunidad de Castilla y León

La percepción sobre la competencia en la comunidad de Castilla y León

Edita: Junta de Castilla y León

Diseño y maquetación: dDC, Diseño y Comunicación

D.L.:



La percepción sobre la competencia en la comunidad de Castilla y León	
1. Introducción	11
	13
2. Resumen ejecutivo	17
2.1 Percepción sobre el grado de competencia existente en los mercados	21
2.2 Percepción sobre aspectos relacionados con la defensa de la competencia	30
3. Objetivos del estudio	33
4. Metodología	35
4.1 Selección de la muestra	35
4.2 Cuestionario	48
5. Distribución y características de las empresas	51
6. Análisis de resultados	57
6.1 Percepción del grado de competencia	58
6.1.1 Prácticas restrictivas de la competencia prohibidas por la Ley de Defensa de la Competencia	58
6.1.1.1 Acuerdos entre empresas	58
6.1.1.2 Empresas con posición dominante	62
6.1.1.3 Actuación de los Administraciones Públicas	67
6.1.2 Otras prácticas restrictivas de la competencia	71
6.1.3 Valoración general	73

6.2 Efecto de las conductas anticompetitivas sobre las empresas	76
6.3 Conocimiento de la normativa sobre competencia y de los organismos responsables	78
6.3.1. Conocimiento y acceso a la normativa	78
6.3.2. Efectos de un incremento en la competencia	86
6.3.3. Actuación pública y competencia	90

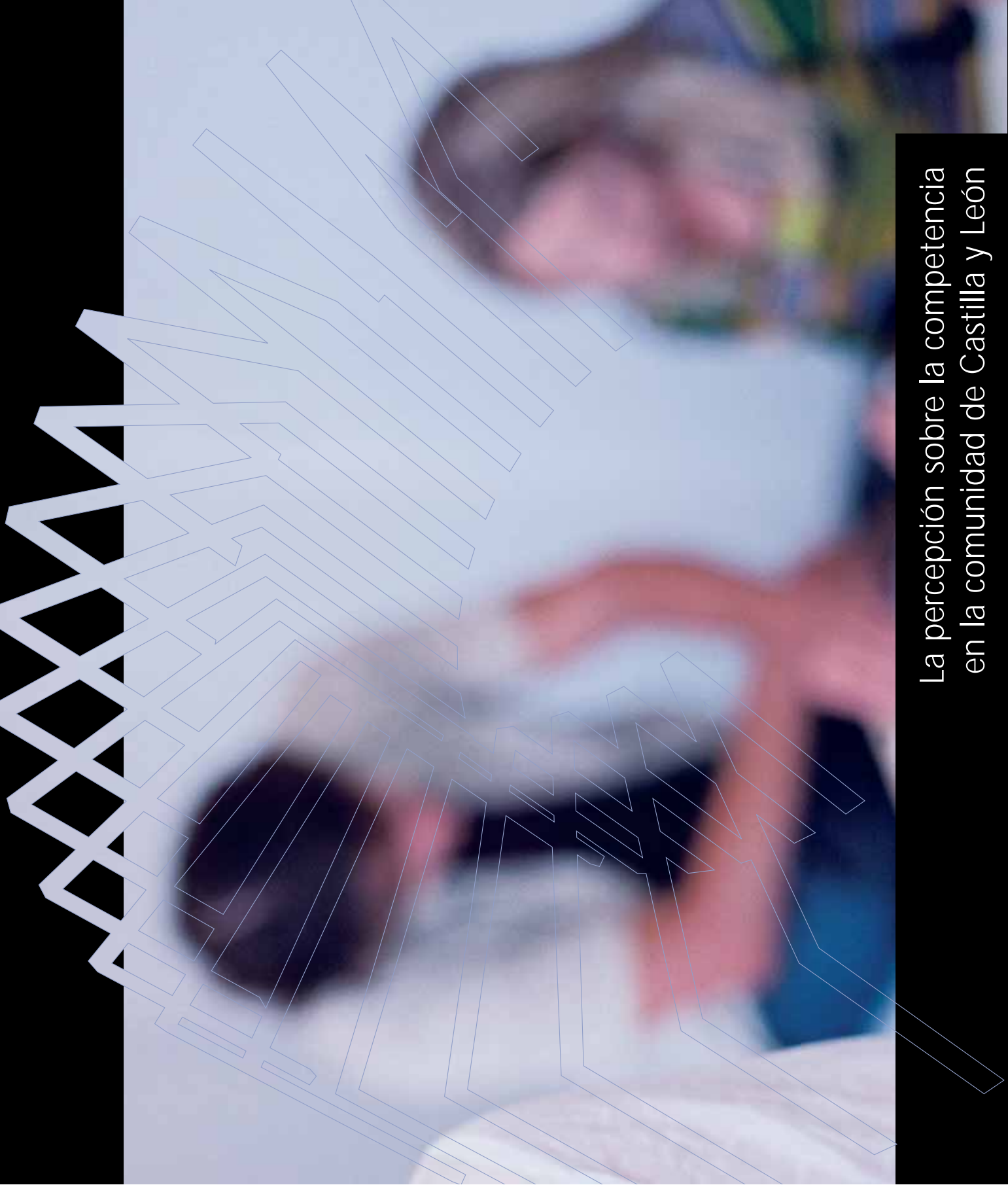
Anexos	93
---------------	----

7. Anexo I. Clasificación nacional de actividades económicas	95
8. Anexo II. Cuestionario	99
9. Anexo III. Prácticas o conductas anticompetitivas	109
9.1 Análisis provincial	111
9.2 Análisis sectorial	118
9.3 Análisis por tamaño empresarial	125
10. Anexo IV. Acuerdos entre empresas	133
10.1 Análisis provincial	135
10.2 Análisis sectorial	138
10.3 Análisis por tamaño empresarial	141
11. Anexo V. Situaciones de posición dominante	145
11.1 Análisis provincial	147
11.2 Análisis sectorial	151
11.3 Análisis por tamaño empresarial	155



ÍNDICE

12.	Anexo VI. Efecto de las conductas anticompetitivas	159
12.1	Análisis provincial	161
12.2	Análisis sectorial	165
12.3	Análisis por tamaño de empresas	169
13.	Anexo VII. Valoración general	173
13.1	Análisis provincial	178
13.2	Análisis sectorial	181
13.3	Análisis por tamaño de empresa	186
14.	Anexo VIII. Conocimiento de la normativa y de los organismos responsables	189
14.1	Análisis provincial	193
14.2	Análisis sectorial	197
14.3	Análisis por tamaño de empresa	201
15.	Anexo IX. Grado de acuerdo con determinadas afirmaciones y situaciones	205
15.1	Análisis provincial	208
15.2	Análisis sectorial	217
15.3	Análisis por tamaño de empresas	226
	Índice de tablas y gráficos	235



La percepción sobre la competencia
en la comunidad de Castilla y León

Introducción

La competencia es uno de los **pilares básicos en los que se asienta el funcionamiento eficiente de los mercados**. Su estímulo, protección y amparo resultan imprescindibles para que el sistema económico de mercado rinda los frutos esperados en términos de creación de riqueza, desarrollo y prosperidad.

Este es el principio que recoge en su preámbulo la **Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia**¹, donde se señala la existencia de “un acuerdo generalizado con respecto a la creciente importancia de la defensa de la competencia, que se ha consolidado como uno de los elementos principales de la política económica en la actualidad. Dentro de las políticas de oferta, la defensa de la competencia... es un instrumento de primer orden para promover la productividad de los factores, la innovación y la competitividad general de la economía” . Este



¹ Reglamento de la Ley de la Defensa de la Competencia (Real Decreto 261/2008 de 22 de febrero).

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

mismo principio, también se recogía en la Ley 16/1989, de 7 de julio, de Defensa de la Competencia, cuando en la exposición de motivos se señalaba que “la competencia, como principio rector de la economía de mercado, representa un elemento consubstancial al modelo de organización económica de nuestra sociedad y constituye, en el plano de las libertades individuales, la primera y más importante forma en que se manifiesta el ejercicio de la libertad de la empresa”.

En definitiva, la competencia aporta beneficios económicos a largo plazo, al contribuir a la productividad, al crecimiento económico y al bienestar de los consumidores. Por un lado, la existencia de una **competencia efectiva** entre las empresas permite a los consumidores disponer de **precios más bajos, productos y servicios de mayor calidad** y más **variedad de oferta**, con el consiguiente **incremento del bienestar** del conjunto de la sociedad. Por otro, la obtención de mayores beneficios y cuotas de mercado, bajo condiciones de competencia, exige a las empresas reducir sus costes y aplicar constantemente mejoras tecnológicas, tanto en los productos como en los procesos productivos. De esta forma, la acción combinada de múltiples agentes económicos actuando en mercados competitivos se traduce en una asignación más eficiente de los recursos productivos y en un estímulo permanente a la innovación.



En este contexto, resulta evidente que la **política de Defensa de la Competencia debe ir ganando terreno** tanto en la conciencia de la sociedad en general como en la de los agentes económicos y, sobre todo, entre los responsables políticos que tienen en su mano la posibilidad de potenciar al máximo este instrumento de creación de riqueza y crecimiento. Es precisamente, en esta perspectiva, en la que se ubican los órganos autonómicos de Defensa de la Competencia, como instrumentos efectivos de promoción y amparo de la competencia en el territorio de Castilla y León, y difusores en la sociedad de los beneficios que comporta la libre competencia.



INTRODUCCIÓN

Para llevar a cabo esta labor es preciso **conocer cuál es la situación de la competencia en los mercados**. Con este objetivo fundamental se aborda el presente informe.

El análisis se plantea desde un enfoque subjetivo en el que la situación de competencia en los mercados se analiza a partir de las opiniones de las personas responsables de las empresas. Para recoger esta opinión, se ha trabajado con una muestra representativa de empresas, utilizando un cuestionario estructurado a partir del cual se pretende conocer sus percepciones sobre distintos aspectos de la situación de competencia existente en los mercados.

La realización de estudios sobre las percepciones de los empresarios tiene su origen en el reconocimiento por parte de la Office of Fair Trading (OFT) del Reino Unido², en el año 2003, de la dificultad de medir el impacto directo de sus actividades en los mercados de una manera fiable y en el conocimiento de que es más ajustado explorar las percepciones de los empresarios sobre los distintos aspectos de interés. Con este objetivo, la OFT realizó una investigación cualitativa de naturaleza exploratoria, que permitió identificar el grado en el que los empresarios podrían dar respuestas fiables. A partir de las respuestas obtenidas, elaboró un cuestionario para realizar una encuesta sobre la materia que, en primer lugar, sirviera para conocer la situación de competencia en los mercados en ese año, y en segundo lugar, sirviera de referencia a la hora de valorar, en años sucesivos, las mejoras que en materia de defensa de la competencia ellos mismos desarrollan.



² Perceptions of markets and competition, business and consumer research (2005).



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

El informe se estructura, además de la presente introducción, en otros cinco apartados y nueve anexos. En el segundo apartado se presenta un resumen ejecutivo en el que se sintetiza el contenido del informe. El tercer apartado establece los objetivos del estudio para, a continuación, describir la metodología aplicada y el cuestionario que ha servido de base a la encuesta realizada. Finalmente, en el quinto apartado se analizan los resultados. El informe concluye con un grupo de anexos donde se recoge de manera detallada el cuestionario junto a la tabulación y cuantificación de cada una de las respuestas a las preguntas, desagregadas por provincias, sectores y tamaño de las empresas.





Resumen ejecutivo

El objetivo general del estudio es realizar un **análisis de la percepción que las empresas tienen sobre la competencia en los mercados, del grado de conocimiento de la regulación vigente y de los órganos de la Comunidad Autónoma creados para la Defensa de la Competencia.**

Más concretamente, los objetivos específicos del estudio se dirigen a:

- > Conocer la **frecuencia percibida de conductas ilegales y conductas restrictivas** de la competencia en los mercados por parte de las empresas que operan en el territorio de Castilla y León, así como su evolución e importancia en el mercado.
- > Conocer el **grado en el que los empresarios valoran** positiva o negativamente algunos **aspectos de la Defensa de la Competencia.**
- > Percibir el **grado de conocimiento de la Ley de Defensa de la Competencia** entre los empresarios castellanos y leoneses.
- > Analizar el **grado de notoriedad de los Órganos de Defensa de la Competencia** de Castilla y León.

Desde otra perspectiva, el objetivo final del estudio es **proporcionar a los Órganos de Defensa de la Competencia de Castilla y León un instrumento que les ayude a tomar decisiones** sobre las acciones a emprender para desarrollar mejor su función de garantizar la existencia de una competencia efectiva en los mercados y promover los valores de la competencia entre los operadores económicos y la sociedad castellano y leonesa.

Asimismo, este estudio pretende ser un **punto de referencia (benchmarking) a partir del cual evaluar, en años sucesivos, el impacto y efectividad sobre los mercados** de las acciones que los órganos de la Comunidad Autónoma desarrollen en materia de defensa de la competencia.



El logro de los objetivos indicados ha precisado la realización de una **encuesta a una muestra representativa de las empresas con sede social en Castilla y León**, en la que se recaba información sobre la percepción que las empresas tienen de la competencia existente en el mercado en el que desarrollan su actividad, así como el conocimiento que tienen de la regulación vigente y de los órganos institucionales encargados de velar por el buen funcionamiento de los mercados.



RESUMEN EJECUTIVO

La ficha técnica de la encuesta es la siguiente:

- **Técnica de encuesta:** encuesta telefónica asistida por ordenador tipo CATI (Computer Assisted Telephoned Interviewing), con apoyo de fax y email.
- **Ámbito:** Castilla y León.
- **Población objetivo:** 82.416 empresas con al menos 1 asalariado y con sede social en Castilla y León que actúan en el sector industrial, construcción o servicios.
- **Persona de contacto:** Director Comercial (o en su defecto el Gerente, Director General o Director Financiero).
- **Tamaño muestral:** 776 encuestas.
- **Diseño muestral:** muestreo estratificado según ámbito geográfico, sector de actividad y tamaño de la empresa.
- **Margen de error para datos globales:** +/- 3,5% en condiciones normales de muestreo (2s, $p=q=0,5$), con un nivel de confianza del 95%.

El cuestionario utilizado consta de 21 preguntas divididas en tres bloques. El primer bloque pretende dar respuesta al primero de los objetivos específicos: conocer la frecuencia percibida de conductas ilegales y conductas restrictivas de la competencia, así como su evolución e importancia en el mercado.

Las preguntas se centran en la intensidad con la que los responsables de las empresas de Castilla y León perciben la existencia de determinadas prácticas restrictivas de la com-

petencia en el mercado en el que operan. Estas prácticas se han dividido en dos grandes grupos. En primer lugar, las que prohíbe expresamente la Ley de Defensa de la Competencia y, en segundo lugar, las que no están explícitamente recogidas en la misma y, por tanto, no están dentro del ámbito de actuación de los órganos de defensa de la competencia. A su vez, el primer grupo distingue tres tipos de conductas: las que se derivan de acuerdos realizados entre empresas, las llevadas a cabo por empresas que disfrutan de una posición dominante en el mercado y las relacionadas con las ayudas y la contratación pública.

En esta parte del cuestionario, se informa a los encuestados sobre cada una de estas prácticas y se les solicita su opinión sobre la frecuencia con que ocurren en su sector o mercado y el grado de impacto que tienen sobre su negocio. Se utilizan preguntas cerradas con cinco opciones: mucho, bastante, poco, nada o no sabe.

El segundo bloque trata de captar el conocimiento que los empresarios tienen de la normativa y de los órganos encargados de velar por la competencia en los mercados, así como sus opiniones sobre la importancia de determinados factores asociados con la defensa de la competencia.

Finalmente, en el tercer bloque se han incluido una serie de preguntas que permiten caracterizar la empresa y que actúan como variables de control en los resultados.

A continuación se expone, de forma resumida los principales resultados que se derivan de los datos obtenidos. Comenzaremos con la percepción con la que se producen conductas restrictivas de la competencia, para, a continuación, centrarnos en las valoraciones sobre determinados aspectos de la defensa de la competencia y el grado de conocimiento de la normativa y de los órganos encargados de velar por ella.





2.1 Percepción sobre el grado de competencia existente en los mercados

- De entre todas las conductas restrictivas de la competencia incluidas en el cuestionario, las más frecuentes se encuentran dentro de lo que puede englobarse en “Otras prácticas”, las cuales son aquellas que no están recogidas explícitamente en la Ley de Defensa de la competencia y, por tanto, no son competencia del Tribunal de Defensa de la competencia. Las prácticas que las empresas observan de un modo muy o bastante frecuente dentro de este tipo de conductas, por orden de mayor a menor, son las siguientes³:
 1. Existencia de empresas ilegales o no autorizadas (20,4%).
 2. Venta de productos por debajo del coste o de calidad inferior (15,2%).
 3. Utilización de publicidad engañosa (14,5%).
 4. Realización de contratos con términos confusos (8,4%).
 5. Incumplimiento de patentes y marcas (5,1%).
- Dentro de las conductas más directamente relacionadas con la defensa de la competencia y que requerirían, por tanto, atención por parte de los organismos especializados en este ámbito, las que se perciben como más frecuentes son las relacionadas con la fijación o imposición de precios u otras condiciones comerciales como consecuencia de acuerdos entre empresas y, sobre todo, por el abuso de una empresa con posición dominante en el mercado. Más específicamente, el ranking de mayor a menor, dentro de estas prácticas es el siguiente:

³ Entre paréntesis se recoge el porcentaje de empresas que percibe de un modo muy o bastante frecuente cada una de las prácticas.



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

- > Abuso de una empresa con posición dominante para imponer de forma directa o indirecta, precios u otras condiciones comerciales (18,3%).
- > Acuerdos entre empresas para fijar precios u otras condiciones comerciales (12,7%).
- > Concesión de ayudas a empresas por parte de las Administraciones Públicas (10,7%).
- > Dificultades injustificadas para participar en contratos públicos (9,4%).
- > Abuso de una empresa con posición dominante para limitar la producción, la distribución o el desarrollo técnico (9,4%).
- > Acuerdos entre empresas para repartirse el mercado o los proveedores (7,6%).
- > Abuso de una empresa con posición dominante para negarse a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios (4%).
- > Acuerdos entre empresas para limitar la producción, la distribución o el desarrollo técnico (3,9%).

- En la Tabla 2.1, Tabla 2.2 y Tabla 2.3 aparece el porcentaje con el que se observan las prácticas consideradas de manera muy o bastante frecuente en los distintos sectores, provincias y tamaños empresariales. Se ha señalado en color rojo los casos en los que el porcentaje supera en dos puntos el valor medio y en azul aquéllos en los que se sitúa dos puntos por debajo. De este modo puede detectarse claramente los sectores y provincias en los que se debe prestar una atención especial dentro de cada una de las conductas consideradas.



RESUMEN EJECUTIVO

- Atendiendo al sector, las empresas dedicadas a la Construcción y al Transporte, almacenamiento y comunicaciones son las que perciben de un modo más frecuente la mayor parte de las conductas restrictivas, y de modo más específico, la existencia de empresas ilegales o no autorizadas, las prácticas abusivas de las empresas con posición dominante en sus mercados, los acuerdos entre empresas y las dificultades para participar en contratos públicos.
- Las prácticas abusivas por parte de una empresa con posición dominante también son frecuentes en el sector de la Educación, sanidad y otros servicios, al igual que los acuerdos entre empresas para fijar precios u otras condiciones comerciales.
- En la Industria también se detectan conductas más frecuentes que la media. En concreto, el incumplimiento de patentes o la falsificación de marcas, las prácticas abusivas para limitar la producción, distribución o el desarrollo técnico y para negarse a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios y la concesión de ayudas públicas a empresas. Esta última conducta también se observa de un modo más frecuente entre las empresas de Comercio y reparación.
- Finalmente, el sector de la Intermediación financiera percibe con mayor frecuencia el uso de publicidad engañosa, contratos con términos confusos y empresas ilegales o no autorizadas.
- A nivel provincial, las provincias con mayores problemas y a las que hay que prestar una mayor atención son Zamora, Segovia y León.
- En Zamora la venta de productos por debajo del coste o de calidad inferior, la existencia de empresas ilegales o no autorizadas y el incumplimiento de patentes y marcas se percibe de un modo mucho más frecuente. Posiblemente este hecho esté relacionado con su situación fronteriza y la intensidad con que se dan relaciones comerciales con Portugal.



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

- Los problemas en la provincia de León se localizan en 7 de las 13 prácticas consideradas, aunque destaca la frecuencia con la que se percibe la imposición de precios u otras condiciones comerciales por parte de una empresa con posición dominante, el funcionamiento de empresas ilegales o no autorizadas y la utilización de publicidad engañosa.
- Segovia destaca por ser la provincia en la que de un modo más frecuente se perciben los acuerdos entre empresas para fijar precios, detectándose también prácticas abusivas por parte de empresas con posición dominante y venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior.
- Por último, también es necesario señalar que en Soria se detectan con más frecuencia conductas abusivas por parte de empresas con posición dominante.
- Desde el punto de vista del tamaño empresarial, las empresas grandes observan en mayor medida las prácticas más graves, como son los acuerdos entre empresas y las prácticas abusivas de empresas con posición dominante, junto a la concesión de ayudas por parte de las Administraciones Públicas.
- En términos generales, las empresas asignan a todas estas conductas efectos perniciosos sobre la marcha de su empresa. Por orden de menor a mayor, las conductas que tienen mucho o bastante efecto son:
 - > Abusos de posición dominante (24,8%).
 - > Actuación de las Administración Pública (24,5%).
 - > Acuerdos entre empresas (18,5%).
 - > Otras prácticas restrictivas (6%).

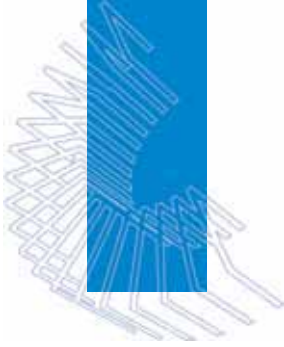


RESUMEN EJECUTIVO

Tabla 2.1
Porcentaje en que se percibe la existencia de determinadas prácticas anticompetitivas de manera frecuente o muy frecuente por sectores

	Industria	Construcción	Comercio y reparación	Hostelería	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	Intermediación financiera	Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	Educación, salud y otros servicios	Total
Prácticas o conductas anticompetitivas no recogidas expresamente en la Ley de Defensa de la Competencia									
Venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior	16,9%	11,0%	17,2%	10,3%	8,6%	34,5%	16,2%	21,2%	15,2%
Utilización de publicidad engañosa	10,3%	15,7%	12,8%	14,8%	15,6%	40,3%	11,4%	20,2%	14,5%
Realización de contratos con términos confusos	2,6%	12,4%	7,0%	7,3%	4,9%	17,3%	8,4%	12,1%	8,4%
Funcionamiento de empresas ilegales o no autorizadas	15,0%	26,2%	15,1%	13,2%	31,5%	34,5%	20,3%	27,5%	20,4%
Incumplimiento de patentes o falsificación de marcas	8,5%	1,9%	6,4%	3,6%	0,7%	0,0%	6,4%	7,5%	5,1%

Continúa



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Continuación

	Industria	Construcción	Comercio y reparación	Hostelería	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	Intermediación financiera	Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	Educación, salud y otros servicios	Total
--	-----------	--------------	-----------------------	------------	---	---------------------------	--	------------------------------------	-------

Prácticas o conductas anticompetitivas expresamente prohibidas por la Ley de Defensa de la Competencia

Acuerdos entre empresas para:

Fijar precios u otras condiciones comerciales	8,4%	20,3%	8,7%	11,5%	24,6%	0,0%	7,2%	14,9%	12,7%
Limitar la producción, la distribución o el desarrollo técnico	2,9%	5,6%	6,3%	0,0%	0,0%	1,5%	3,3%	3,6%	3,9%
Repartirse el mercado o los proveedores	4,1%	12,5%	8,8%	3,0%	10,0%	0,0%	4,3%	7,8%	7,6%

Conductas de la empresa con posición dominante

Imponer, de forma directa o indirecta, precios u otras condiciones comerciales	19,1%	24,1%	19,5%	6,3%	22,6%	17,3%	14,2%	20,0%	18,3%
Limita la producción, distribución o el desarrollo técnico	13,6%	16,2%	8,0%	2,2%	15,2%	5,8%	9,9%	8,3%	9,4%
Se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios	10,1%	7,3%	3,2%	1,1%	10,4%	0,0%	3,0%	1,3%	4,0%

Actuación de las Administraciones Públicas

Concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas	12,8%	8,9%	13,4%	9,8%	6,0%	0,0%	11,8%	9,4%	10,7%
Dificultades injustificadas para participar en contratos públicos	6,7%	12,6%	7,9%	10,4%	11,2%	5,8%	8,2%	9,8%	9,4%





Tabla 2.2

Porcentaje en que se percibe la existencia de determinadas prácticas anticompetitivas de manera frecuente o muy frecuente por tamaño de empresa

	De 1 a 9 trabajadores	De 10 a 49 trabajadores	50 o más trabajadores	Total
Prácticas o conductas anticompetitivas no incluidas expresamente en la Ley de Defensa de la Competencia				
Venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior	14,8%	18,1%	16,6%	15,2%
Utilización de publicidad engañosa	15,2%	8,7%	12,0%	14,5%
Realización de contratos con términos confusos	8,5%	7,3%	7,3%	8,4%
Funcionamiento de empresas ilegales o no autorizadas	21,0%	15,1%	17,6%	20,4%
Incumplimiento de patentes o falsificación de marcas	5,0%	6,7%	4,1%	5,1%
Acuerdos entre empresas para:				
Fijar precios u otras condiciones comerciales	12,7%	12,2%	14,5%	12,7%
Limitar la producción, la distribución o el desarrollo técnico	3,7%	4,7%	6,6%	3,9%
Repartirse el mercado o los proveedores	7,7%	6,1%	6,5%	7,6%
Conductas de la empresa con posición dominante				
Imponer, de forma directa o indirecta, precios u otras condiciones comerciales	18,8%	12,8%	24,5%	18,3%
Limita la producción, distribución o el desarrollo técnico	9,6%	7,2%	11,2%	9,4%
Se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios	4,1%	3,0%	3,8%	4,0%
Actuación de las Administraciones Públicas				
Concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas	9,7%	19,3%	21,9%	10,7%
Dificultades injustificadas para participar en contratos públicos	9,2%	10,9%	10,9%	9,4%

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Tabla 2.3

Porcentaje en que se percibe la existencia de determinadas prácticas anticompetitivas de manera frecuente o muy frecuente por provincias

	Ávila	Burgos	León	Palencia	Salamanca	Segovia	Soria	Valladolid	Zamora	Total
Prácticas o conductas anticompetitivas no recogidas expresamente en la Ley de Defensa de la Competencia										
Venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior	9,1%	16,0%	14,6%	16,2%	16,1%	19,6%	11,2%	11,4%	26,7%	15,2%
Utilización de publicidad engañosa	16,2%	14,0%	21,1%	6,6%	12,0%	13,8%	12,2%	13,0%	14,2%	14,5%
Realización de contratos con términos confusos	3,5%	10,6%	9,3%	2,0%	9,2%	4,6%	0,0%	11,5%	8,3%	8,4%
Funcionamiento de empresas ilegales o no autorizadas	12,8%	22,7%	26,7%	27,3%	18,2%	19,9%	12,6%	13,1%	28,9%	20,4%
Incumplimiento de patentes o falsificación de marcas	1,3%	6,3%	3,9%	9,0%	4,3%	3,8%	8,9%	3,2%	12,7%	5,1%

Continúa



RESUMEN EJECUTIVO

Continuación

	Ávila	Burgos	León	Palencia	Salamanca	Segovia	Soria	Valladolid	Zamora	Total
--	-------	--------	------	----------	-----------	---------	-------	------------	--------	-------

Prácticas o conductas anticompetitivas expresamente prohibidas por la Ley de Defensa de la Competencia**Acuerdos entre empresas para:**

Fijar precios u otras condiciones comerciales	6,5%	17,0%	16,2%	5,4%	9,1%	25,9%	7,6%	9,8%	11,8%	12,7%
Limitar la producción, la distribución o el desarrollo técnico	0,0%	4,2%	4,2%	3,1%	3,6%	3,8%	0,0%	5,3%	4,7%	3,9%
Repartirse el mercado o los proveedores	6,6%	6,7%	8,7%	6,1%	9,4%	5,0%	2,2%	7,2%	11,8%	7,6%

Conductas de la empresa con posición dominante

Imponer, de forma directa o indirecta, precios u otras condiciones comerciales	12,0%	17,8%	24,8%	13,3%	20,2%	16,0%	28,2%	13,9%	17,9%	18,3%
Limita la producción, distribución o el desarrollo técnico	9,1%	4,9%	9,5%	5,1%	12,0%	15,3%	18,8%	9,7%	6,6%	9,4%
Se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios	0,1%	4,4%	7,5%	4,6%	2,8%	3,8%	2,2%	3,2%	2,2%	4,0%

Actuación de las Administraciones Públicas

Concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas	6,4%	10,0%	13,3%	12,8%	14,3%	1,4%	18,7%	8,1%	12,8%	10,7%
Dificultades injustificadas para participar en contratos públicos	11,4%	6,6%	12,9%	3,5%	9,1%	8,5%	9,1%	7,9%	14,8%	9,4%

- La tipología de empresas que, en opinión de los empresarios, realiza de un modo más frecuente estas prácticas son las de ámbito nacional, seguidas a gran distancia de las de ámbito local y regional, y las grandes empresas.
- Aunque los empresarios perciban la existencia de prácticas restrictivas, la valoración general del nivel de competencia que existe en su mercado es elevado ya que la puntuación media que asignan, en una escala de 1 a 10 (1 significa poco y 10 mucho), al nivel con el que se producen prácticas o conductas que restringen la competencia y a la existencia de barreras de entrada a los mercados se sitúa en un 3,0 y 2,5, respectivamente.
- Por lo que se refiere a la evolución de la situación de la competencia en los últimos 12 meses, la mayoría de los encuestados opina que se ha mantenido (72,9%), siendo el porcentaje de los que piensan que ha aumentado ligeramente superior al que mantiene que la frecuencia ha disminuido (9,6% y 6,1%, respectivamente).

2.2 Percepción sobre aspectos relacionados con la defensa de la competencia

- A pesar de asignar efectos nocivos a las prácticas restrictivas de la competencia, hay un porcentaje considerable de empresarios que opina que los acuerdos entre empresas no deberían prohibirse (33,9%) y un porcentaje nada despreciable ve normal que una empresa utilice su posición dominante en el mercado para lograr sus objetivos (14,1%).
- En particular, son las empresas de los sectores de la Hostelería y del Transporte, alimentación y comunicaciones las que se muestran más permisivas con los acuerdos entre empresas y con la utilización de la posición dominante y, en general, las pequeñas empresas. A nivel provincial, destaca la situación de Palencia y, sobre todo, de Segovia con respecto a la aceptación de los acuerdos entre empresas, y la de



RESUMEN EJECUTIVO

Zamora, Burgos y Ávila, en relación a las conductas abusivas de empresas con posición dominante.

- Es importante tratar de cambiar esta cultura, ya que se trata de prácticas restrictivas de la competencia muy graves y si no existe una valoración negativa de las mismas la probabilidad de que ocurran será mayor.
- Esta opinión no favorable a la competencia en el mercado se ve avalada por el porcentaje de empresarios que no relaciona el respeto a las normas de la competencia con el incremento de la competitividad de las empresas (39,4%).
- Evidentemente, la valoración negativa sobre la competencia proviene, en parte, del temor de los entrevistados a que un aumento en la rivalidad afecte a la supervivencia de su empresa (44,1%). Así, por ejemplo, las empresas de Intermediación financiera son las que han reconocido en mayor medida la estrecha relación entre competencia y competitividad, y también son las que menos preocupadas están por un aumento de la competencia en su mercado. En la situación contraria, se encuentran las empresas del sector de Comercio y reparación y las de Educación, sanidad y otros servicios.
- A pesar de todo lo anterior, sólo un porcentaje muy pequeño de empresarios considera que la defensa de la competencia no es una tarea importante y que tampoco es relevante que existan órganos encargados de velar por esta tarea (2% y 2,4%, respectivamente).
- Por otra parte, una de cada cuatro empresas manifiesta que sufren una competencia injusta por culpa de las ayudas públicas y el 29% está en desacuerdo con la forma con la que se realiza la contratación pública. En su opinión, los empresarios de los sectores de Intermediación financiera, el Transporte, almacenamiento y comu-

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

nicaciones y la Educación, sanidad y otros servicios son los que sufren mayor perjuicio por la concesión de ayudas públicas a otras empresas de su sector.

- En cualquier caso, el desconocimiento de la normativa es casi generalizado. Parte de ese desconocimiento puede deberse a la dificultad manifestada para conseguir la normativa y para entenderla (19,1 % y 25,8%, respectivamente). A pesar de ello, casi una quinta parte tiene la creencia de que es fácil para las empresas incumplir la normativa sin ser sancionadas.
- El desconocimiento se extiende a los órganos nacionales y regionales que velan por la competencia. Se desconoce su existencia y sus funciones. Sólo un 22% de los empresarios sabe que existe un Tribunal de Defensa de la Competencia en Castilla y León.
- En definitiva, es necesaria una labor para extender la cultura y bondades de la competencia, así como facilitar y difundir la normativa de defensa de la competencia. Igualmente, hay que estimular el conocimiento que tienen las empresas de su propio mercado pues, en muchos casos, los encargados de las mismas desconocen lo que ocurre en el mismo.





Objetivos del estudio

El objetivo del estudio es realizar un **análisis de la percepción que las empresas tienen sobre la competencia en los mercados, de su conocimiento de la regulación vigente y de los órganos de la Comunidad Autónoma creados para la Defensa de la Competencia.**

Más concretamente, los objetivos del estudio se dirigen a:

1. Conocer la **frecuencia percibida de conductas ilegales y conductas restrictivas** de la competencia en los mercados por parte de las empresas que operan en el territorio de Castilla y León, así como su evolución e importancia en el mercado.
2. Conocer el **grado en el que los empresarios valoran** positiva o negativamente algunos **aspectos de la Defensa de la Competencia.**
3. Percibir el **grado de conocimiento de la Ley de Defensa de la Competencia** entre los empresarios castellanos y leoneses.
4. Analizar el **grado de notoriedad de los Órganos de Defensa de la Competencia** de Castilla y León.



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Desde otra perspectiva, el objetivo final del estudio es **proporcionar a los Órganos de Defensa de la Competencia de Castilla y León un instrumento que les ayude a tomar decisiones** sobre las acciones a emprender para desarrollar mejor su función de garantizar la existencia de una competencia efectiva en los mercados y promover los valores de la competencia entre los operadores económicos y la sociedad castellano y leonesa.

Asimismo, este estudio pretende ser un **punto de referencia (benchmarking) a partir del cual evaluar, en años sucesivos, el impacto y efectividad sobre los mercados** de las acciones que los órganos de la Comunidad Autónoma desarrollen en materia de defensa de la competencia.



Metodología

El logro de los objetivos indicados ha precisado la realización de una **encuesta a una muestra representativa de las empresas con sede social en Castilla y León**, en la que se recaba información sobre la percepción que las empresas tienen de la competencia existente en el mercado en el que desarrollan su actividad, así como el conocimiento que tienen de la regulación vigente y de los órganos institucionales encargados de velar por el buen funcionamiento de los mercados.



4.1 Selección de la muestra

La población de estudio está constituida por las empresas con sede social en el territorio de Castilla y León que cuentan con al menos un asalariado. La **información sobre la población se ha obtenido a partir de los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE)** que periódicamente elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE). El DIRCE es un conjunto organizado de información con datos de identificación, localización, distribución territorial y clasificación por tamaño y actividad económica de empresas, elaborado a





La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

partir de fuentes administrativas y ficheros estadísticos, complementado con otras informaciones procedentes de las operaciones estadísticas corrientes del INE. El DIRCE registra la evolución de dos tipos de unidades de producción: la Empresa y la Unidad Local.

La Empresa se define como “una organización sometida a una autoridad rectora que puede ser, según los casos, una persona física, una persona jurídica o una combinación de ambas y constituida con miras a ejercer en uno o varios lugares una o varias actividades de producción de bienes o servicios”. Por su parte, la Unidad Local “corresponde a una empresa, o una parte de ésta, situada en una ubicación geográfica concreta y desde el cual se ejercen actividades económicas por cuenta de la misma empresa”. En definitiva, una unidad local sería equivalente a lo que tradicionalmente se ha denominado establecimiento (taller, fábrica, tienda, almacén, oficina, etc.), donde una o varias personas dedican su trabajo a realizar actividades económicas por cuenta de una misma empresa. La asignación provincial de la empresa se realiza en función de la ubicación de su sede social, mientras que para las unidades locales se considera la implantación física de la propia unidad, independientemente de que la sede social se ubique en otra provincia. De esta forma, cuando una empresa ya existente decide expandir su actividad abriendo un nuevo centro productivo, se contabilizará un nuevo local, pero no una nueva empresa.

El DIRCE presenta la ventaja, frente a otras fuentes de información, de considerar la totalidad de formas jurídicas de las empresas, incluyendo, las no societarias: sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, sociedades colectivas, sociedades comanditarias, comunidades de bienes, sociedades cooperativas y personas físicas.

Los datos del DIRCE muestran que en 2007 existían en la Comunidad de Castilla y León 170.319 empresas (Tabla 4.1). De ellas, más de la mitad (51,6%) no tiene empleados, mientras que el 43,3% son empresas muy pequeñas que emplean menos de 9 trabajadores.



Tabla 4.1

Número total de empresas en Castilla y León por tamaño y provincias en 2007

Provincias	Total	Número de trabajadores				
		Ninguno	1 a 9	10 a 49	55 a 99	100 y más
Ávila	11.434	5.865	5.135	403	17	14
Burgos	25.372	13.013	10.895	1.250	117	97
León	33.563	17.170	14.800	1.435	91	67
Palencia	11.060	5.750	4.818	432	31	29
Salamanca	23.594	12.219	10.181	1.064	86	44
Segovia	11.629	6.014	5.061	496	41	17
Soria	6.008	3.049	2.645	276	23	15
Valladolid	35.173	18.137	14.989	1.762	153	132
Zamora	12.486	6.686	5.302	441	32	25
Total	170.319	87.903	73.826	7.559	591	440

Fuente: Directorio Central de Empresas. INE

A partir de este universo, para la selección muestral se han considerado, únicamente, las 82.416 empresas con al menos un trabajador contratado, agrupadas en tres estratos según el número de asalariados (Tabla 4.2).

Tabla 4.2
Distribución de las empresas de Castilla y León con asalariados por tamaño y provincias en 2007

Provincias	1 a 9	10 a 49	50 y más	Total
Ávila	6,2%	0,5%	0,0%	6,8%
Burgos	13,2%	1,5%	0,3%	15,0%
León	18,0%	1,7%	0,2%	19,9%
Palencia	5,8%	0,5%	0,1%	6,4%
Salamanca	12,4%	1,3%	0,2%	13,8%
Segovia	6,1%	0,6%	0,1%	6,8%
Soria	3,2%	0,3%	0,0%	3,6%
Valladolid	18,2%	2,1%	0,3%	20,7%
Zamora	6,4%	0,5%	0,1%	7,0%
Total	89,6%	9,2%	1,3%	100,0%

Fuente: Directorio Central de Empresas. INE

Desde una perspectiva sectorial, el DIRCE cubre todas las actividades económicas excepto la producción agraria y pesquera, los servicios administrativos de la Administración Central, Autonómica y Local, las actividades de las Comunidades de Propietarios y el servicio doméstico. La mayoría de la información se ofrece tomando como base la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-93) que abarca un total de 54 divisiones agrupadas en 21 ramas de actividad (Tabla 4.3). La descripción detallada de cada una de las ramas aparece en el Anexo I.



Tabla 4.3
Clasificación Nacional de Actividades Económicas

Sectores	Ramas de actividad	CNAE-93
	1. Industrias extractivas y del petróleo	10, 11, 12, 13, 14 y 23
	2. Alimentación, bebidas y tabaco	15 y 16
	3. Industria textil, confección cuero y calzado	17, 18 y 19
	4. Madera y corcho	20
	5. Papel, edición y artes gráficas	21 y 22
	6. Industria química	24
	7. Caucho y materias plásticas	25
	8. Productos minerales no metálicos diversos	26
	9. Metalurgia y fabricación de productos metálicos	27 y 28
	10. Maquinaria y equipo mecánico	29
	11. Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico	30, 31, 32 y 33
	12. Material de transporte	34 y 35
	13. Industrias manufactureras diversas	36 y 37
	14. Energía y agua	40 y 41
	15. Construcción	45
Construcción	16. Comercio y reparación	50, 51 y 52
	17. Hostelería	55
Servicios	18. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	60, 61, 62, 63 y 64
	19. Intermediación financiera	65, 66 y 67
	20. Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	70, 71, 72, 73 y 74
	21. Educación, sanidad y otros servicios	80, 85, 90, 91, 92 y 93

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Con el fin de simplificar el estudio y facilitar con ello la extracción de conclusiones generales se ha optado por agrupar la información en ocho grupos de actividad, correspondientes a la industria, construcción y las seis ramas del sector servicios. De esta forma, las empresas con asalariados se distribuyen por actividad en la forma mostrada en la Tabla 4.4.

Tabla 4.4
Distribución de las empresas de Castilla y León con asalariados por tamaño y actividad en 2007

Sectores	Número de trabajadores				Total
	1 a 9	10 a 49	55 y más	Total	
Industria	7,7%	2,1%	0,4%	10,3%	
Construcción	16,1%	2,3%	0,2%	18,6%	
Comercio y reparación	24,8%	1,7%	0,1%	26,6%	
Hostelería	11,7%	0,5%	0,0%	12,3%	
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	6,2%	0,5%	0,0%	6,8%	
Intermediación financiera	1,1%	0,0%	0,0%	1,1%	
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	11,3%	0,8%	0,1%	12,2%	
Educación, sanidad y otros servicios	10,6%	1,2%	0,3%	12,1%	
Total	89,6%	9,2%	1,3%	100,0%	

Fuente: Directorio Central de Empresas. INE

A partir de esta población, el tamaño de la muestra se ha determinado de forma aleatoria con un nivel de significación del 95% y un error del 3,5%, tomando $p=q=0,5$, lo que ha dado lugar a una muestra total de 776 empresas.



La muestra se ha estratificado en función del tamaño de la empresa, el sector y la provincia, con el fin de reflejar fielmente el tejido empresarial de Castilla y León. Para ello, se ha partido de un reparto proporcional teniendo en cuenta la estructura empresarial proporcionada por el DIRCE. A este respecto, y como hemos descrito anteriormente, el DIRCE permite la distribución de las empresas por tamaño y provincia y por tamaño y sector, pero no ofrece información desagregada del número de empresas para las tres variables consideradas simultáneamente (provincia, sector y tamaño). No obstante, esta última información aparece para la Unidad Local. Por ello, a partir de los datos de locales y respetando las distribuciones por tamaño y sector y por tamaño y provincia de las empresas, hemos realizado la distribución proporcional de la muestra por provincia, sector y tamaño de empresa.

La distribución proporcional daba lugar a un número reducido de encuestas en algunos sectores (industria) y tamaños (entre 10 y 49; más de 49 trabajadores), por lo que hemos creído conveniente elevar el peso de algunos de los estratos para así poder recoger de forma más precisa su heterogeneidad. Básicamente se ha procedido a,

- 1.** elevar el peso del sector industrial y reducir el de la construcción;
- 2.** reducir el peso de las empresas muy pequeñas en favor de los otros dos tamaños. Más concretamente, la distribución por tamaños se ha realizado asignando un 70% a las empresas muy pequeñas (1 a 9 trabajadores); 20% a las que tienen entre 10 y 49 empleados; y un 10% a las mayores de 49 trabajadores.

Con estos ajustes, la distribución de la muestra obtenida por provincias, tamaños y sectores es la recogida en la Tabla 4.5.

La percepción sobre la competencia
en la comunidad autónoma de Castilla y León

Tabla 4.5
Número de encuestas a realizar en cada provincia, sector y tamaño de empresa

Sector de actividad	1 a 9	10 a 49	50 y más	Total
Ávila				
Industria	6	3	1	10
Construcción	7	2	1	10
Comercio y reparación	9	3	1	13
Hostelería	2	1	1	4
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2	1	0	3
Intermediación financiera	1	0	0	1
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	5	1	0	6
Educación, sanidad y otros servicios	3	1	1	5
Total	35	12	5	52
Burgos				
Industria	12	3	2	17
Construcción	12	3	3	18
Comercio y reparación	22	6	3	31
Hostelería	8	2	0	10
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	6	3	1	10
Intermediación financiera	1	1	0	2
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	10	2	2	14
Educación, sanidad y otros servicios	11	4	1	16
Total	82	24	12	118



METODOLOGÍA

Sector de actividad	1 a 9	10 a 49	50 y más	Total
León				
Industria	16	5	2	23
Construcción	15	5	3	23
Comercio y reparación	29	8	5	42
Hostelería	15	4	0	19
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	7	2	1	10
Intermediación financiera	1	0	0	1
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	13	2	2	17
Educación, sanidad y otros servicios	13	5	2	20
Total	109	31	15	155

Palencia				
Industria	5	2	2	9
Construcción	5	2	0	7
Comercio y reparación	10	3	1	14
Hostelería	4	1	1	6
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2	1	0	3
Intermediación financiera	5	0	0	5
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	5	1	1	7
Educación, sanidad y otros servicios	36	10	5	51
Total	5	2	2	9

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Sector de actividad	1 a 9	10 a 49	50 y más	Total
Salamanca				
Industria	11	4	3	18
Construcción	8	3	0	11
Comercio y reparación	21	6	3	30
Hostelería	11	2	2	15
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5	1	0	6
Intermediación financiera	2	0	0	2
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	8	0	1	9
Educación, sanidad y otros servicios	11	3	2	16
Total	77	19	11	107

Sector de actividad	1 a 9	10 a 49	50 y más	Total
Segovia				
Industria	6	2	0	8
Construcción	5	1	0	6
Comercio y reparación	10	3	1	14
Hostelería	5	1	0	6
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2	1	1	4
Intermediación financiera	0	0	0	0
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	3	1	0	4
Educación, sanidad y otros servicios	4	2	1	7
Total	35	11	3	49



METODOLOGÍA

Sector de actividad	1 a 9	10 a 49	50 y más	Total
Soria				
Industria	4	1	1	6
Construcción	4	1	0	5
Comercio y reparación	4	1	0	5
Hostelería	4	1	0	5
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	0	0	0	0
Intermediación financiera	0	0	0	0
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	2	0	0	2
Educación, sanidad y otros servicios	2	1	0	3
Total	20	5	1	26

Valladolid				
Industria	17	5	2	24
Construcción	15	4	2	21
Comercio y reparación	33	9	5	47
Hostelería	8	4	3	15
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	8	2	1	11
Intermediación financiera	1	0	1	2
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	16	5	3	24
Educación, sanidad y otros servicios	15	4	3	22
Total	113	33	20	166

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Sector de actividad	1 a 9	10 a 49	50 y más	Total
Zamora				
Industria	6	2	1	9
Construcción	5	1	0	6
Comercio y reparación	10	3	1	14
Hostelería	5	1	1	7
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	3	1	0	4
Intermediación financiera	0	0	0	0
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	4	0	1	5
Educación, sanidad y otros servicios	5	1	1	7
Total	38	9	5	52

Atendiendo a cada una de las variables de estratificación, la distribución final de las encuestas realizadas aparece sintetizada en la tablas 4.6, 4.7 y 4.8.





Tabla 4.6
Distribución provincial de las encuestas

Provincias	Número de encuestas	Porcentaje
Ávila	52	6,7
Burgos	118	15,2
León	155	20,0
Palencia	51	6,6
Salamanca	107	13,8
Segovia	49	6,3
Soria	26	3,4
Valladolid	166	21,4
Zamora	52	6,7
Total	776	100,0

Tabla 4.7
Distribución de las encuestas por sector

Sectores	Número de encuestas	Porcentaje
Industria	124	16,0
Construcción	107	13,8
Comercio y reparación	210	27,1
Hostelería	87	11,2
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	51	6,6
Intermediación financiera	8	1,0
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	86	11,1
Educación, sanidad y otros servicios	103	13,3
Total	776	100,0

Tabla 4.8

Distribución de las encuestas por tamaño

Tamaño	Número de encuestas	Porcentaje
De 1 a 9 trabajadores	546	70,4
De 10 a 49 trabajadores	153	19,7
50 ó más trabajadores	77	9,9
Total	776	100,0

Finalmente, se ha asignado un factor de elevación a cada elemento de la muestra para que los resultados reflejen fielmente la estructura empresarial de Castilla y León recogida en el DIRCE.

4.2 Cuestionario

El cuestionario incluye un abanico completo de preguntas para poder analizar con total precisión los objetivos que se persiguen con el estudio. A la hora de diseñar el cuestionario, se han tenido en cuenta los estudios pioneros llevados a cabo por la Office of Fair Trading (OFT) del Reino Unido y el estudio realizado en la Comunidad Autónoma de Galicia⁴, poniendo especial cuidado en adaptar el cuestionario a la realidad del tejido productivo de la región y a las recomendaciones de la Comisión de Seguimiento.

⁴ Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia (2005): Informe sobre la situación de la competencia en Galicia en el año 2005, Santiago de Compostela.



El cuestionario consta de 21 preguntas divididas en tres bloques. El primer bloque, Percepción del entorno empresarial (preguntas 1 a 9), pretende dar respuesta al primero de los objetivos específicos de este estudio: conocer la frecuencia percibida de conductas ilegales y conductas restrictivas de la competencia, así como su evolución e importancia en el mercado.

La normativa legal sobre Defensa de la Competencia reconoce tres tipos de prácticas o conductas que restringen o limitan la competencia: las prácticas colusorias derivadas de acuerdos entre empresas, los abusos de posición dominante y las prácticas restrictivas de la competencia como consecuencia de la actuación de las Administraciones Públicas (contratos o subvenciones). Por otra parte, existen otras prácticas que incumplen normas o leyes de otros ámbitos de la economía, y que también tienen repercusiones sobre el funcionamiento en competencia de los mercados, algunas de las cuales se recogen en un cuarto grupo de prácticas, etiquetado como "Otras prácticas".

En esta parte del cuestionario, se informa a los encuestados sobre cada una de estas prácticas y se les solicita su opinión sobre la frecuencia con que ocurren en su sector o mercado y el grado de impacto que tienen sobre su negocio. Para ello, se utilizan preguntas cerradas con cinco opciones: mucho, bastante, poco, nada o no sabe.

El segundo bloque, Percepción de la normativa de la competencia (preguntas 10 a 15) trata de captar el conocimiento que los empresarios tienen sobre la normativa y sobre los órganos encargados de velar por la competencia en los mercados, así como sus opiniones sobre la importancia de determinados factores asociados con su defensa. Las respuestas a las preguntas contenidas en este segundo bloque permiten cumplir el resto de los objetivos específicos del estudio.

Finalmente, en el tercer bloque, Variables de clasificación, se han incluido una serie de preguntas que permiten caracterizar la empresa y que actúan como variables de control en los resultados. El cuestionario íntegro se recoge en el Anexo II.

La formulación de las preguntas se ha realizado huyendo, en lo posible, de tecnicismos para que puedan ser comprendidas y contestadas por todos sus destinatarios, teniendo en cuenta, además, que muchos de ellos son pequeños empresarios. En este sentido, se ha buscado la opinión del Director Comercial de la empresa o, en su defecto, del Gerente, Director General o Director Financiero.

El trabajo de campo, realizado por la empresa especializada Instituto de Investigación Media Factory, se ha llevado a cabo utilizando la técnica de **encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI) con apoyo de fax y correo electrónico**.





Distribución y características de las empresas

Las características más sobresalientes de las empresas cuyos responsables han sido entrevistados se sintetizan a continuación. Estas características permitirán realizar un análisis más detallado de las respuestas dadas al cuestionario, al poder ser utilizadas como variables de clasificación, aunque debe recordarse, a este respecto, que la segmentación de las respuestas implica reducir el nivel de significación y aumentar el error de cada una de las partes en que se divide la muestra original.

La distribución provincial de las empresas encuestadas (Gráfico 5.1) refleja la estructura territorial del sistema productivo de Castilla y León. El 69,4% de las respuestas se ha obtenido de los responsables de empresas cuya sede se localiza en cuatro de las nueve provincias regionales: Valladolid (20,7%), León (19,9%), Burgos (15%) y Salamanca (13,8%). No hay que olvidar que en estas cuatro provincias se localizan 56.163 de las 82.416 empresas objeto de análisis.

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Gráfico 5.1

Distribución provincial de las empresas

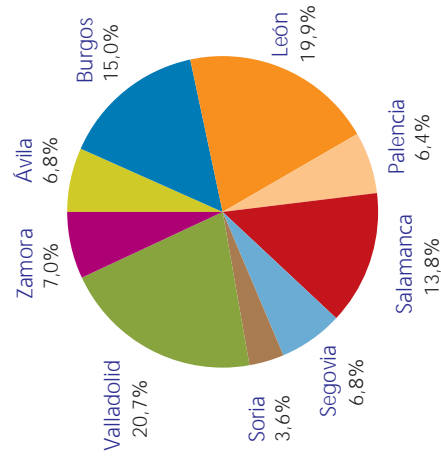
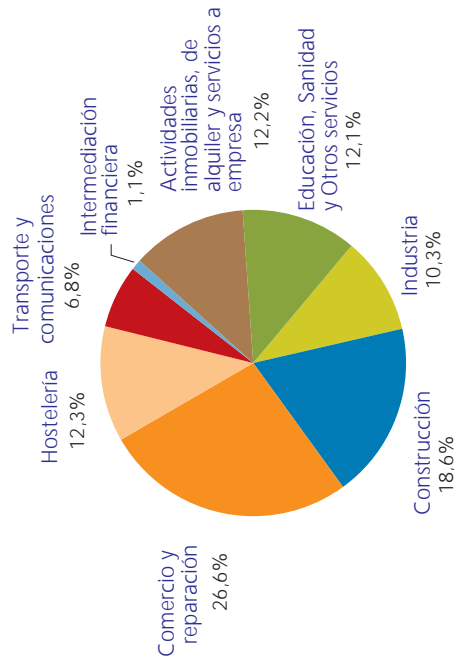


Gráfico 5.2

Distribución de las empresas por actividad

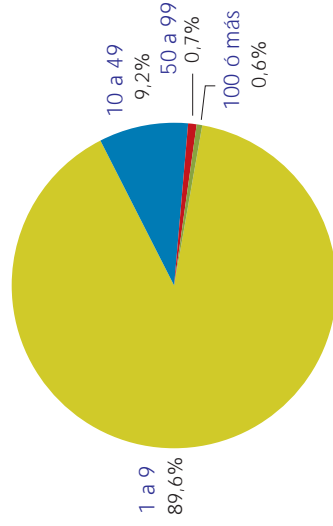


Del mismo modo, la distribución sectorial de las empresas (Gráfico 5.2) recoge la importancia que cada actividad tiene en el sistema productivo de Castilla y León. El sector Industrial representa el 10,3% y la Construcción el 18,6%. Dentro del sector servicios, destaca el 26,6% de las empresas dedicadas al Comercio y reparación, y el 12% que representan las dedicadas a la Hostelería, a la Educación, sanidad y otros servicios y a las Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas, respectivamente.

Desde la perspectiva del tamaño de la empresa, el 89,6% de las encuestas refleja la opinión de microempresas con menos de 10 trabajadores y el 9,2% de pequeñas empresas que tienen entre 10 y 50 empleados.

Gráfico 5.3

Distribución de las empresas por tamaño

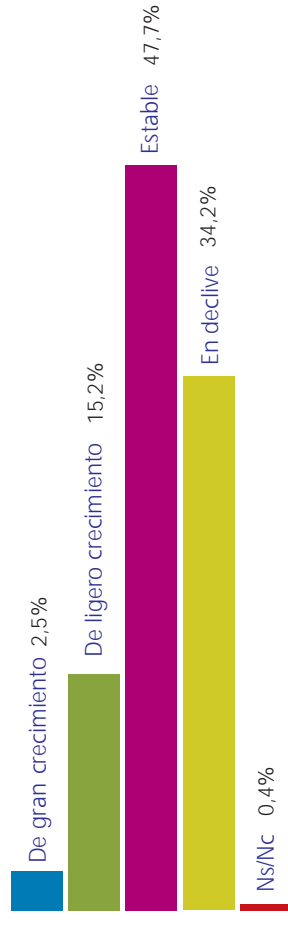


Además de las características objetivas de localización, actividad y tamaño, podemos tipificar las empresas en función de otras características relevantes desde el punto de vista de la competencia, como pueden ser la situación actual del sector en el que operan, el tipo de cliente final al que se dirige su producto o servicio, el área territorial de influencia o su antigüedad.

Casi la mitad de las empresas opinan que el sector en el que operan se encuentra en una situación estable (47,7%) mientras que un 34,2% lo califica en declive. Únicamente el 2,5% estima una situación de gran crecimiento (Gráfico 5.4).

Gráfico 5.4

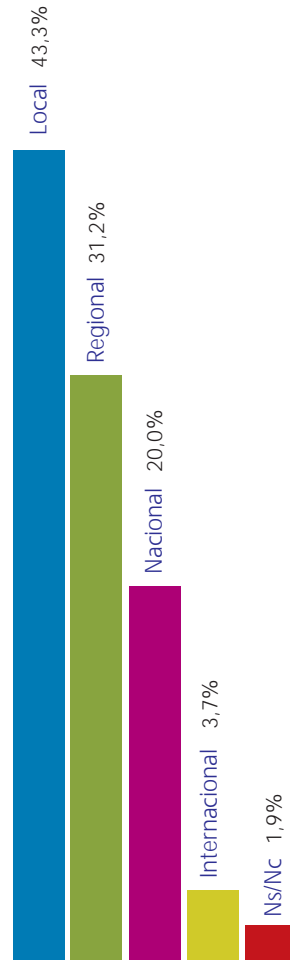
Distribución de las empresas según la situación actual del sector



El mercado al que se dirigen los productos o servicios de las empresas es mayoritariamente local (43,3%) o regional (31,2%). Tan sólo un 3,7% tiene como destino principal de sus productos el mercado internacional (Gráfico 5.5)

Gráfico 5.5

Distribución de las empresas según el área de influencia de su negocio



DISTRIBUCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

Respecto al tipo de cliente (Gráfico 5.6), las empresas que ofrecen sus productos o servicios únicamente a consumidores individuales representan el 35,9%, mientras que las que son proveedoras de otras empresas o instituciones no llegan al 20%. En todo caso, la mayoría de las empresas (44%) abastecen, indistintamente, a ambos tipos de clientes.

Gráfico 5.6

Distribución de las empresas según el tipo de cliente al que se dirige el producto o servicio

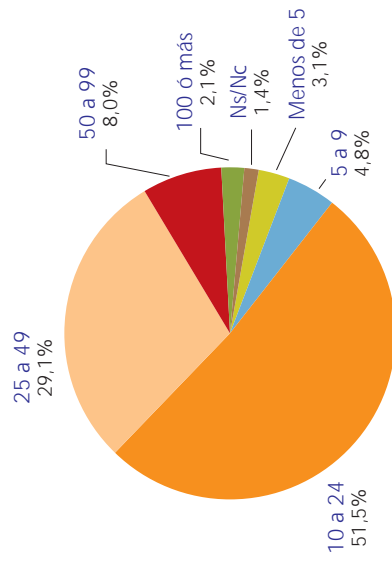


Por último, más de la mitad de las empresas presentan una antigüedad en el mercado que se sitúa entre 10 y 25 años (Gráfico 5.7), mientras que casi una tercera parte (29,1%) se sitúa entre los 25 y los 50 años.

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Gráfico 5.7

Distribución de las empresas según el número de años que lleva en el mercado





Análisis de resultados

El presente apartado recoge los principales resultados del estudio a partir de las respuestas dadas a las distintas preguntas. En este sentido, debemos recordar que las posibles respuestas en la mayoría de las cuestiones estaban limitadas a cuatro opciones: mucho, bastante, poco o nada. El análisis y los comentarios que se realizan a continuación agrupan por un lado, las categorías mucho y bastante y, por otro, las categorías poco y nada. De esta forma, se facilita una visión más general de la situación al poder contrastar el porcentaje de empresarios que considera, por ejemplo, que una determinada práctica se produce de manera muy o bastante frecuente, con el que opina que dicha práctica es poco o nada frecuente. Por otra parte, esta agrupación permite identificar de forma más clara las conductas que se producen más frecuentemente en los mercados y que necesitan, por tanto, de una vigilancia especial por parte de los organismos responsables. Para completar el análisis, se analizan las posibles relaciones entre las variables consideradas y las características de las empresas.



El análisis se estructura en los dos grandes bloques de cuestiones ya comentados, aunque dentro de cada bloque no se ha seguido el orden de las preguntas formuladas en el cuestionario. No obstante, los datos detallados de cada una de ellas se recogen en los Anexos correspondientes.

6.1 Percepción del grado de competencia

La primera parte del cuestionario se centra en el estudio de la intensidad con la que los responsables de las empresas de Castilla y León perciben la existencia de determinadas prácticas restrictivas de la competencia en el mercado en el que operan. Estas prácticas se han dividido en dos grandes bloques. En primer lugar, las que prohíbe expresamente la Ley de Defensa de la Competencia y, en segundo lugar, las que no están explícitamente recogidas en la misma y, por tanto, no están dentro del ámbito de actuación de los órganos de defensa de la competencia. A su vez, el primer bloque distingue tres tipos de conductas: las que se derivan de acuerdos realizados entre empresas, las llevadas a cabo por empresas que disfrutan de una posición dominante en el mercado y las relacionadas con las ayudas y la contratación pública.

6.1.1 Prácticas restrictivas de la competencia prohibidas por la Ley de Defensa de la Competencia

Acuerdos entre empresas

Los acuerdos entre empresas que tienen como objeto o por efecto restringir el juego de la competencia están expresamente prohibidos por la Ley 15/2007 de Defensa de la Competencia en su artículo 1. Por ello, el cuestionario incluye preguntas que permiten conocer la percepción que los empresarios tienen sobre la frecuencia con la que se dan en su ámbito de actuación o mercado tres tipos de prácticas colusorias derivadas de acuerdos entre empresas:



ANÁLISIS DE RESULTADOS

- La fijación de precios u otras condiciones comerciales.
- La limitación o el control de la producción, la distribución, el desarrollo técnico o las inversiones.
- El reparto de los mercados o de las fuentes de abastecimiento.

Los resultados indican que los acuerdos entre empresas no son muy frecuentes, pues alrededor de tres cuartas partes de los mismos opinan que no se producen nunca (Tabla 6.1). Aún así, se detecta un porcentaje nada despreciable que observa con bastante o mucha frecuencia acuerdos para fijar precios u otras condiciones comerciales (12,7%) o acuerdos para repartirse el mercado o los proveedores (7,6%).

Tabla 6.1

Frecuencia con que se percibe la existencia de acuerdos entre empresas para realizar prácticas anticompetitivas

Tipo de prácticas	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Fijar precios u otras condiciones comerciales	2,3%	10,4%	10,3%	74,2%	2,8%	100,0%
Limitar la producción, la distribución o el desarrollo técnico	0,7%	3,1%	5,4%	85,7%	5,1%	100,0%
Repartirse el mercado o los proveedores	1,7%	5,9%	4,7%	83,4%	4,3%	100,0%

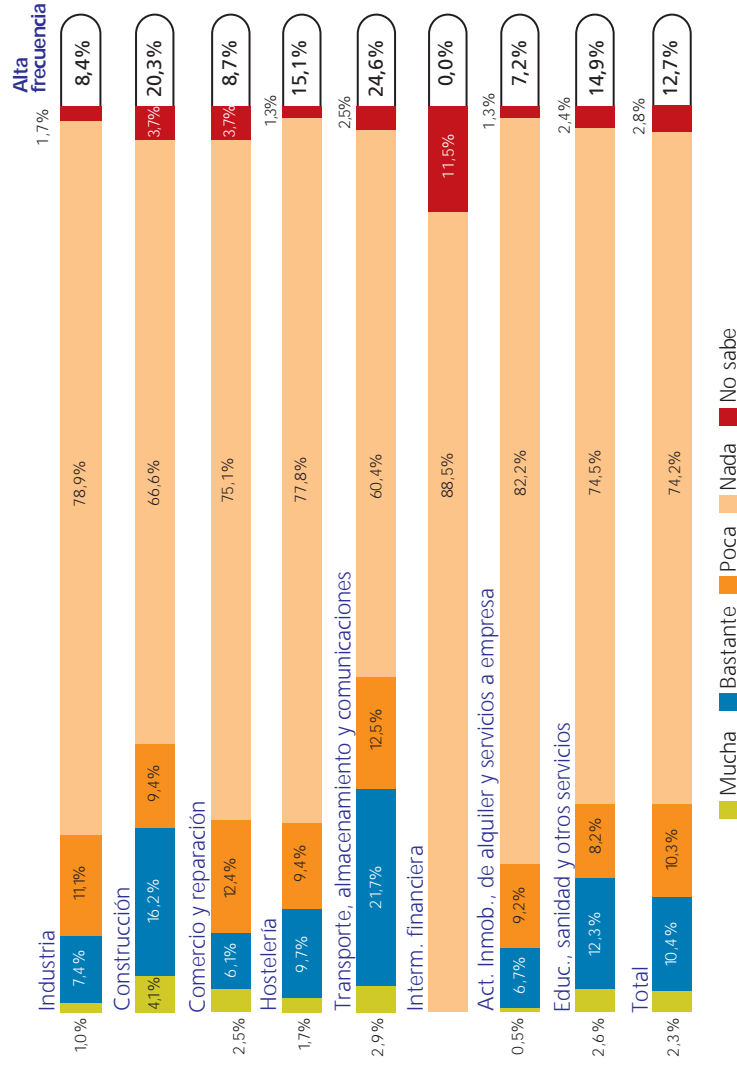
Por sectores, sí se aprecian grandes diferencias. Los acuerdos entre empresas para fijar precios u otras condiciones comerciales resultan mucho más frecuentes en la Construcción y en el sector del Transporte, almacenamiento y comunicaciones, donde el porcentaje de los empresarios que opinan que es una práctica muy o bastante frecuente se eleva al

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

20,3% y 24,6%, respectivamente (Gráfico 6.1). En el lado contrario, se encuentran los sectores de Intermediación financiera (0%), las Actividades Inmobiliarias, de alquiler y servicios a las empresas (7,2%), la Industria (8,4%) y el Comercio y reparación (8,7%).

Gráfico 6.1

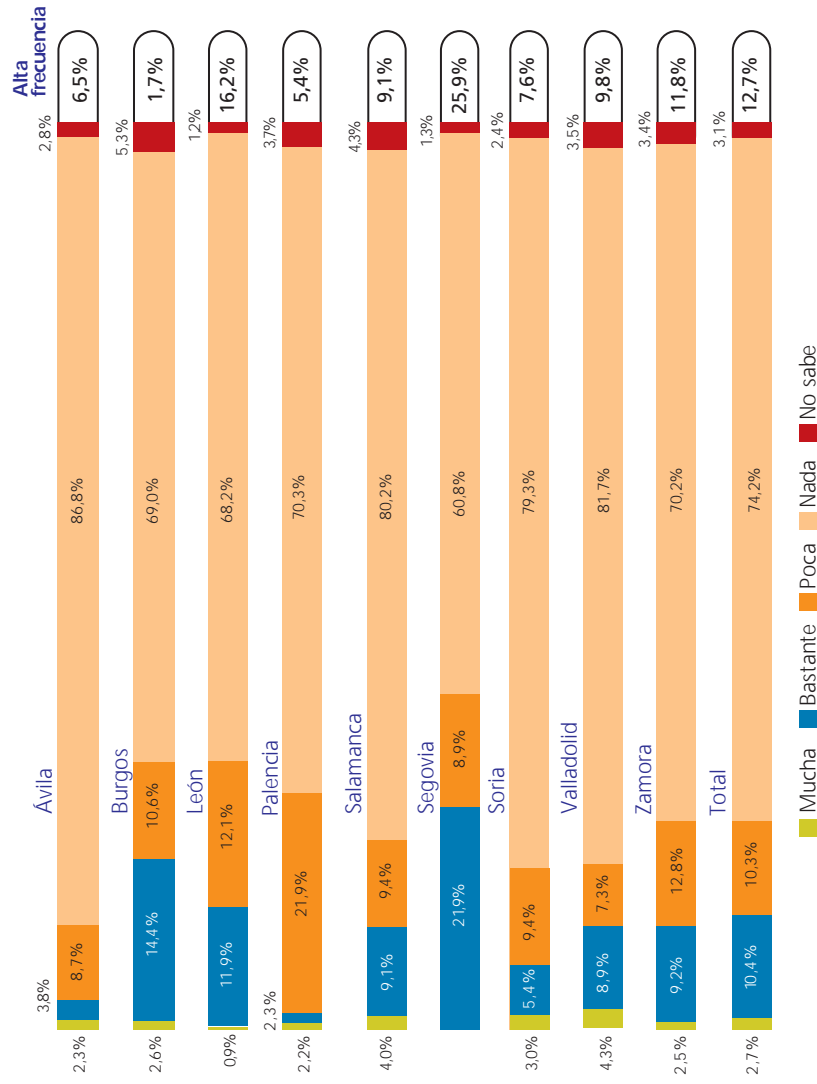
Frecuencia con que se percibe la existencia de acuerdos entre empresas para fijar precios u otras condiciones comerciales por sectores





ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este mismo esquema se reproduce cuando se analiza la existencia de acuerdos entre empresas para repartirse el mercado o los proveedores. De nuevo, los empresarios de los sectores de la Construcción y del Transporte, almacenamiento y comunicaciones la consideran una práctica mucho más frecuente en sus sectores que los pertenecientes a otras actividades.

Gráfico 6.2**Frecuencia con que se percibe la existencia de acuerdos entre empresas para fijar precios u otras condiciones comerciales por provincias**

Por provincias, las diferencias son menos significativas (Gráfico 6.2). Cabe destacar el comportamiento detectado en León, Burgos y, sobre todo, en Segovia donde el porcentaje de empresarios que percibe con mucha o bastante frecuencia acuerdos entre empresas para fijar precios u otras condiciones comerciales se eleva al 16,2%, 16,9% y 25,9%, respectivamente.

Atendiendo al tamaño de las empresas, no se aprecian diferencias significativas, si bien las más grandes tienden a observar con mayor frecuencia acuerdos para la fijación de precios y para limitar la producción, la distribución y el desarrollo técnico y, de modo menos frecuente, los que tratan de repartirse el mercado o los proveedores.

Empresas con posición dominante

No sólo los acuerdos entre empresas restringen la competencia. La posición de fortaleza económica de una empresa puede evitar que en el mercado se mantenga una competencia real, al conferir a la empresa el poder de conducirse en buena medida con independencia de sus competidores, clientes y, en último extremo, de los consumidores. Por esta razón, la legislación trata de evitar que las empresas con una posición dominante (cuasi monopolio) abusen de ella, prohibiendo expresamente las prácticas dirigidas a:

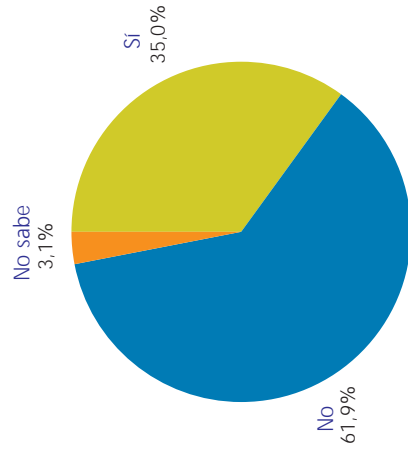
- La imposición de precios u otras condiciones comerciales o de servicios no equitativos.
- La limitación o el control de la producción, la distribución o el desarrollo técnico en perjuicio injustificado de las empresas o de los consumidores.
- La negativa injustificada a satisfacer demandas de compra de productos o de prestación de servicios.

El cuestionario incluye una serie de preguntas para conocer la opinión de los empresarios sobre la existencia de una empresa con una posición dominante en su mercado y sobre las actuaciones abusivas que ésta pudiera llevar a cabo. Los resultados indican que, en términos globales, el 35% de los empresarios afirman que en su mercado existe una

empresa en tal situación (Gráfico 6.3). Sin embargo, un porcentaje mucho menor percibe prácticas abusivas de manera muy o bastante frecuente por parte de esta empresa.

Gráfico 6.3

Grado en que se percibe la existencia de empresas con posición dominante

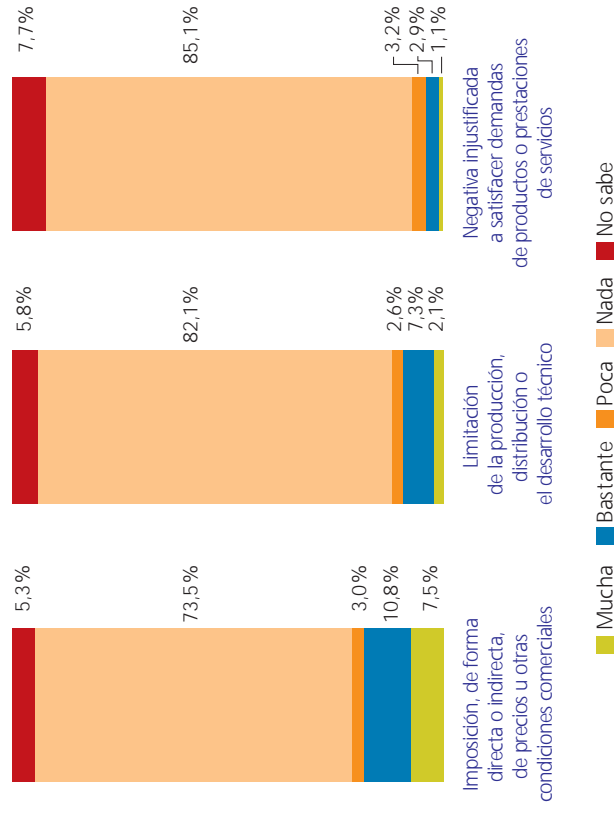


Más concretamente, en relación con las posibles prácticas de abuso (Gráfico 6.4), un 18,3% de los empresarios opina que la imposición, de forma directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales por parte de esa empresa es muy o bastante frecuente. La limitación, control de la producción o distribución o la negativa injustificada a satisfacer demandas de productos se perciben menos frecuentes, aunque, en el primer caso el porcentaje alcanza un 9,4%.

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Gráfico 6.4

Prácticas observadas a las empresas con posición dominante (*)



(*) Los datos se refieren a todos los empresarios de modo que en la categoría Nada y No sabe se han incluido a los que consideran que no existe o no saben si existe una empresa con posición dominante en su mercado o sector.

Este resultado pone de manifiesto que muchos empresarios que consideran que en su mercado existe una empresa dominante no observan que ésta ejerza ninguna práctica abusiva. En este sentido, la opinión que arrojan sobre la presencia de este tipo de empresas debe entenderse como la existencia de una empresa que lidera el mercado, sin que ello signifique necesariamente que esa posición sea utilizada para controlar o restringir la competencia.

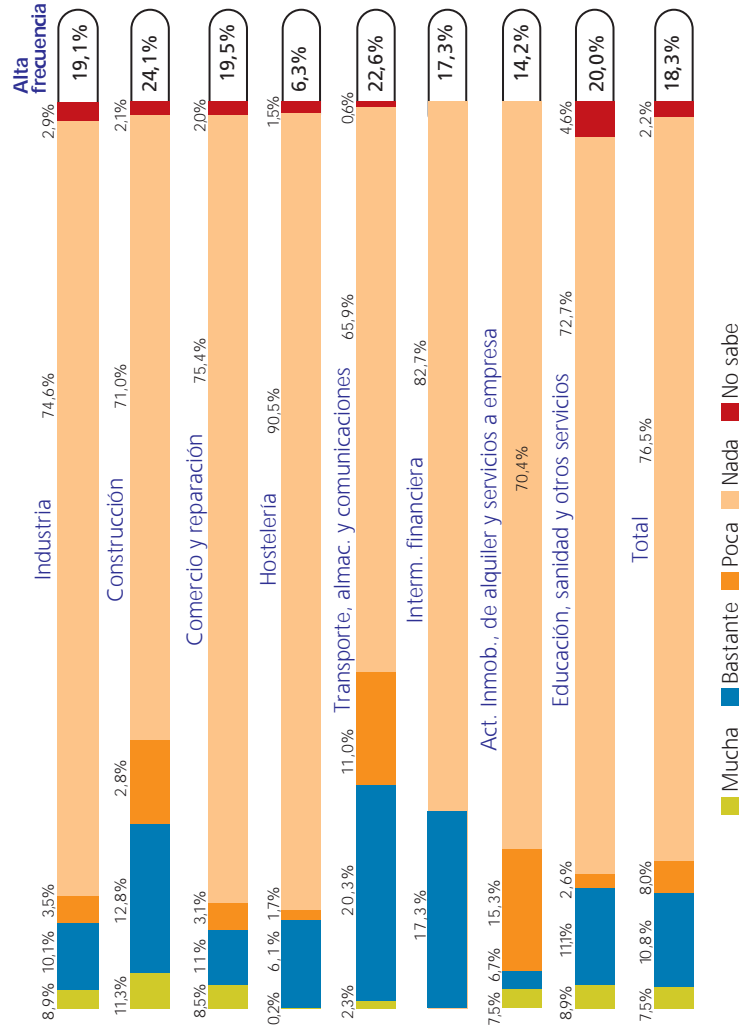


ANÁLISIS DE RESULTADOS

A nivel sectorial, si se aprecian grandes diferencias, pues más de la mitad (51,9%) de los empresarios del sector de Transporte, almacenamiento y comunicaciones consideran que en su sector existe una empresa/s con posición dominante (líder). Le sigue el sector Educación, sanidad y otros servicios (41,9%), la Construcción (39%) y en el lado contrario, se sitúa la Intermediación financiera (18,8%) y la Hostelería (19,5%).

Gráfico 6.5

Frecuencia con que se percibe la imposición de precios u otras condiciones comerciales por las empresas con posición dominante por sectores





La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

En relación a las prácticas abusivas, el 24,1% de los empresarios del sector de la Construcción, el 22,6% de los del Transporte y el 20% de los de la Educación, sanidad y otros servicios afirman que la imposición de precios u otras condiciones comerciales es muy o bastante frecuente (Gráfico 6.5). Ese porcentaje se reduce cuando nos centramos en la limitación de la producción, siendo aún menor cuando se considera la negativa a satisfacer la demanda de productos o prestación de servicios.

Asimismo, los empresarios del sector industrial también observan de un modo más frecuente las conductas abusivas dirigidas a limitar la producción, distribución o el desarrollo técnico (13,6%) y a negarse a satisfacer las demandas de productos o prestaciones de servicios (10,1%).

Hay una clara relación entre la opinión que se tiene sobre la existencia de una empresa con posición dominante en el mercado y el tamaño de la empresa. Más concretamente, el porcentaje de los empresarios con 50 ó más asalariados que afirman que en su mercado existe una empresa con posición dominante se eleva al 46,4% (Gráfico 6.6). Además, el 24,5% de este tipo de empresas opinan que la posición dominante es utilizada para imponer de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales, un 11,2% para limitar o controlar la producción o distribución y un 3,8% para satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios.

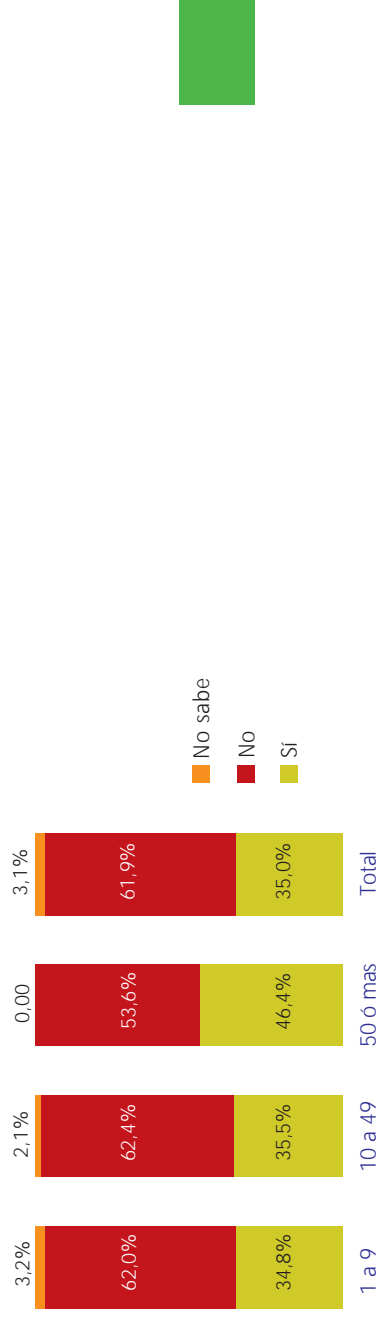
Este resultado puede interpretarse como un conocimiento más profundo por parte de las empresas más grandes del mercado en el que se desenvuelven y, posiblemente, con un conocimiento cercano de la empresa que ejerce dicha posición dominante.



ANÁLISIS DE RESULTADOS

Gráfico 6.6

Grado en que se percibe la existencia de empresas con posición dominante por tamaño de empresa



Por provincias, las diferencias también son marcadas y están relacionadas con el peso de los sectores en la estructura empresarial de cada una de ellas. Los mayores porcentajes, en cuanto a la presencia de empresas con posición dominante, se obtienen en Burgos (41,6%), Soria (40,7%) y León (39,1%), aunque es fundamentalmente en Soria y León donde se perciben con más frecuencia prácticas abusivas.

Actuación de las Administraciones Públicas

No solamente las actuaciones de las empresas pueden restringir la competencia, también los organismos públicos, cuando conceden ayudas a los agentes económicos pueden alterar las condiciones de libre competencia en un mercado. De ahí que la Ley de Defensa de la Competencia prohíba, por incompatibles con el libre mercado, todas las ayudas públicas que puedan falsear la competencia.

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

En el cuestionario se han incluido varias preguntas que tratan de averiguar en qué medida el empresario estima que las actuaciones de la Administración restringen el nivel de competencia existente en el mercado y, por tanto, afectan a la marcha de las empresas que en ese mercado compiten. En concreto, se pregunta la frecuencia con que en su mercado o sector se producen dificultades injustificadas para participar en contratos públicos, así como, la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas.

La Tabla 6.2 y el Gráfico 6.7 muestran que, de forma mayoritaria (71,2%), las empresas no detectan dificultades injustificadas para participar en contratos públicos y sólo un 9,4% las perciben con bastante o mucha frecuencia. Por otro lado, la frecuencia con la que se percibe la concesión de ayudas o subvenciones públicas a empresas es ligeramente superior (10,7%), destacando el porcentaje de empresarios que ve esta práctica en su mercado de manera poco frecuente (22,4%).

Tabla 6.2

Frecuencia con que se percibe la existencia de determinadas prácticas restrictivas de la competencia por parte de la Administración

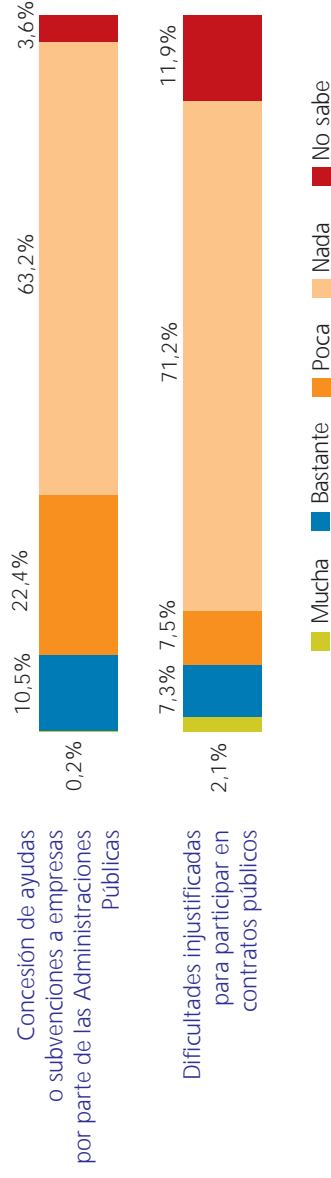
Tipo de prácticas	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas	0,2%	10,5%	22,4%	63,2%	3,6%	100%
Dificultades injustificadas para participar en contratos públicos	2,1%	7,3%	7,5%	71,2%	11,9%	100%



ANÁLISIS DE RESULTADOS

Gráfico 6.7

Frecuencia con que se percibe la existencia de determinadas prácticas restrictivas de la competencia por parte de la Administración



Los empresarios del sector industrial (6,7%), Intermediación financiera (5,8%) y Comercio y reparación (7,9%) no observan dificultades injustificadas para participar en contratos públicos de un modo tan frecuente como los del sector de la Construcción (12,6%) y del Transporte, almacenamiento y comunicaciones (11,2%). De forma inversa, son los empresarios de estos dos últimos sectores los que perciben con menor frecuencia la concesión de ayudas públicas o subvenciones a las empresas de su sector (8,9% y 6% respectivamente), frente a los de la Industria (12,8%) y del Comercio y reparación (13,4%), donde se consideran más frecuentes.

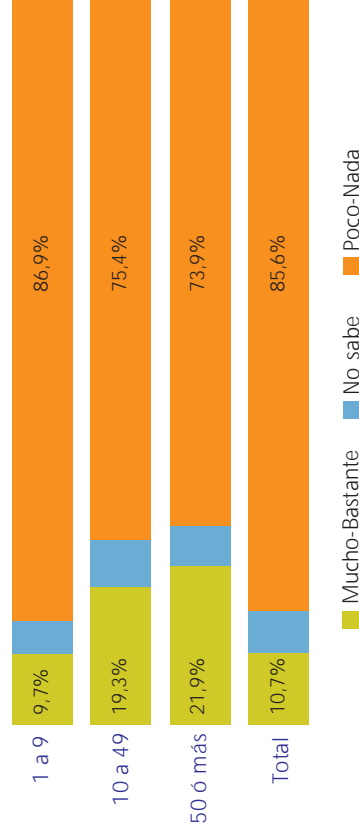
Por tanto, los empresarios de los sectores en los que se observan pocas ayudas o subvenciones son los que opinan que existen dificultades injustificadas para acceder a los contratos públicos.

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Desde la perspectiva del tamaño empresarial, no se detectan diferencias en las opiniones empresariales relativas a las dificultades para acceder a los contratos públicos. Sin embargo, a medida que aumenta la dimensión de la empresa (Gráfico 6.8), el porcentaje de los empresarios que percibe la existencia de ayudas y subvenciones con mucha o bastante frecuencia se va incrementando (9,7%, 19,3% y 21,9%, respectivamente).

Gráfico 6.8

Frecuencia con que se percibe la existencia de concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas por tamaño de empresa



Por provincias, las dificultades para participar en contratos públicos se perciben en mayor medida en Zamora (14,8%), León (12,9%) y, en mucho menor grado, en Palencia (3,5%). Con respecto a las ayudas públicas y subvenciones, los empresarios de Soria (18,7%) y Salamanca (14,3%) las consideran frecuentes, mientras que ocurre lo contrario entre los de Segovia (1,4%) y Ávila (6,4%).



6.1.2 Otras prácticas restrictivas de la competencia

Aunque la Ley de Defensa de la Competencia recoge las principales conductas que atentan contra la libre competencia, existen otras prácticas, no estrictamente incluidas en esta Ley, que dificultan la competencia o son ilegales aunque no estén dentro del ámbito del Tribunal de Defensa de la Competencia. Al respecto, se ha solicitado a los encuestados que indiquen la frecuencia con la que se dan las prácticas recogidas en la Tabla 6.3 y en el Gráfico 6.9. Hemos de señalar que la venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior recoge dos prácticas diferentes, sin embargo, en el cuestionario se han incorporado de forma conjunta.

Tabla 6.3

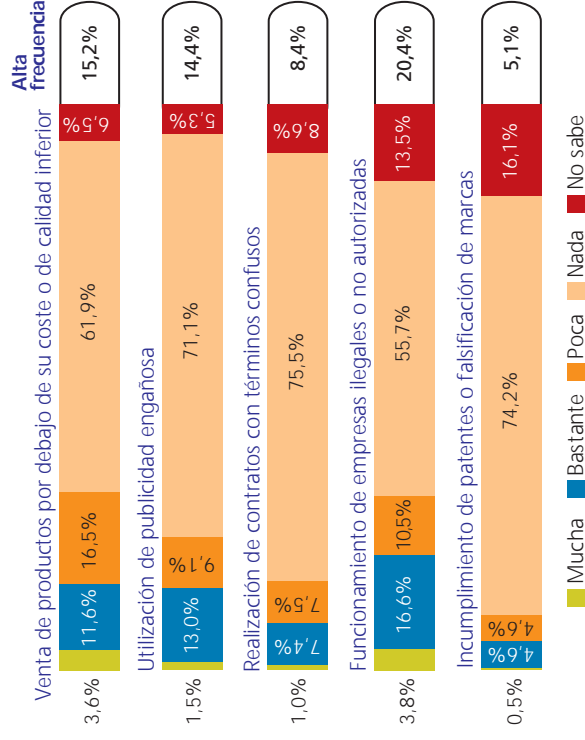
Frecuencia con que se percibe la existencia de determinadas prácticas restrictivas de la competencia

Tipo de prácticas	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior	3,6%	11,6%	16,5%	61,9%	6,5%	100%
Utilización de publicidad engañosa	1,5%	13,0%	9,1%	71,1%	5,3%	100%
Realización de contratos con términos confusos	1,0%	7,4%	7,5%	75,5%	8,6%	100%
Funcionamiento de empresas ilegales o no autorizadas	3,8%	16,6%	10,5%	55,7%	13,5%	100%
Incumplimiento de patentes o falsificación de marcas	0,5%	4,6%	4,6%	74,2%	16,1%	100%

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Gráfico 6.9

Frecuencia con que se percibe la existencia de determinadas prácticas restrictivas de la competencia



La conducta que con mayor claridad perciben los empresarios dentro del mercado castellano y leonés es el funcionamiento de empresas ilegales o no autorizadas, ya que un 20,4% de las empresas afirma que esta práctica se produce con mucha o bastante frecuencia. Otras prácticas que también ocurren con cierta frecuencia son las relacionadas con la venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior (15,2%) y la utilización de publicidad engañosa (14,5%).



ANÁLISIS DE RESULTADOS

Por otro lado, hay que señalar que la realización de contratos con términos confusos y el incumplimiento de patentes o falsificación de marcas son las dos prácticas menos habituales, con porcentajes del 8,4% y 5,1% en las categorías de mucha o bastante frecuencia, respectivamente.

El funcionamiento de empresas ilegales o no autorizadas se considera más frecuente entre los empresarios de los sectores de la Construcción (26,2%), Transporte, almacenamiento y comunicaciones (31,5%), Intermediación financiera (34,5%) y Educación, sanidad y otros servicios (27,5%). Con respecto al uso de publicidad engañosa, el mayor porcentaje de empresarios que opinan que es muy o bastante frecuente vuelve a darse en el sector de Intermediación financiera y Educación, sanidad y otros servicios (40,3% y 20,2%, respectivamente). Por su parte, en la venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior a estos dos sectores se une la Industria (16,9%) y el Comercio y reparación (17,2%).

En definitiva, en los sectores de la Construcción, Intermediación financiera y Educación, sanidad y otros servicios se producen en mayor medida estas prácticas restrictivas de la competencia.

No hay un patrón claro de comportamiento cuando se tiene en cuenta el tamaño de la empresa. A nivel provincial se observa una mayor frecuencia de empresas ilegales o no autorizadas entre los empresarios de Zamora (28,9%), Palencia (27,3%) y León (26,7%). Si nos centramos en la utilización de publicidad engañosa, destaca León (21,1%) y en la venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior, Zamora (26,7%) y Segovia (19,6%).

6.1.3 Valoración general

A modo de resumen, el cuestionario incluye una pregunta en la que los empresarios tienen que hacer una valoración general del nivel de competencia existente en su mercado

en función de las prácticas o conductas restrictivas observadas y de la existencia de barreras de entrada a otros posibles competidores. En concreto, se les solicita que asignen una puntuación entre 1 y 10 (donde 1 significa poco y 10 mucho) a cada una de estas dos cuestiones para así poder obtener un valor numérico de la percepción general del grado de competencia en el mercado.

La puntuación media que otorgan los empresarios a la existencia de prácticas restrictivas se sitúa en 3,0 y baja a 2,5 cuando se considera la existencia de barreras de entrada. Por tanto, a pesar de que los empresarios observen que en su mercado se producen prácticas que restringen la competencia, su valoración general del nivel de competencia es elevado.

Cuando se analizan las puntuaciones medias por provincias, salvo excepciones, no hay grandes diferencias entre ellas. Por un lado, el menor grado de competencia, medido en términos de existencia de prácticas restrictivas, es percibido por las empresas zamoranas que conceden una valoración media de 3,7, mientras que son las de Burgos, cuando se considera la existencia de barreras de entrada (3,2). En este segundo aspecto, los empresarios de Ávila son los que tienen una puntuación media menor (1,8).

A nivel sectorial no se aprecian apenas diferencias en la valoración global del nivel de competencia. Sólo destaca el sector de la intermediación financiera con una percepción general de mayor competencia en su sector al presentar puntuaciones de 2,1 y de 1,2, respectivamente. Finalmente, al segmentar los resultados por tamaño, se observa que las mayores empresas son las que dan una puntuación más alta a la existencia de barreras a la entrada de nuevos competidores (3,4).

Por lo que se refiere a la evolución de la situación de la competencia en los últimos 12 meses (Gráfico 6.10), la mayoría de los encuestados opina que se ha mantenido (72,9%), siendo el porcentaje de los que piensan que ha aumentado ligeramente superior al que aprecia que la frecuencia ha disminuido (9,6%, 6,1%, respectivamente).



ANÁLISIS DE RESULTADOS

Por otra parte, los empresarios estiman que las empresas que mayoritariamente practican este tipo de conductas (Gráfico 6.11) son las de ámbito nacional (40,7%) seguidas a gran distancia de las de ámbito local (15,8%) y regional (12,1%). Atendiendo al tamaño, serían las grandes empresas (43,8%) las que realizarían con mayor frecuencia este tipo de prácticas.

Gráfico 6.10

Evolución durante el último año de las prácticas anticompetitivas

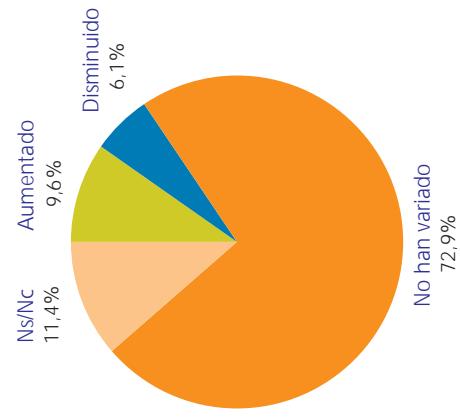
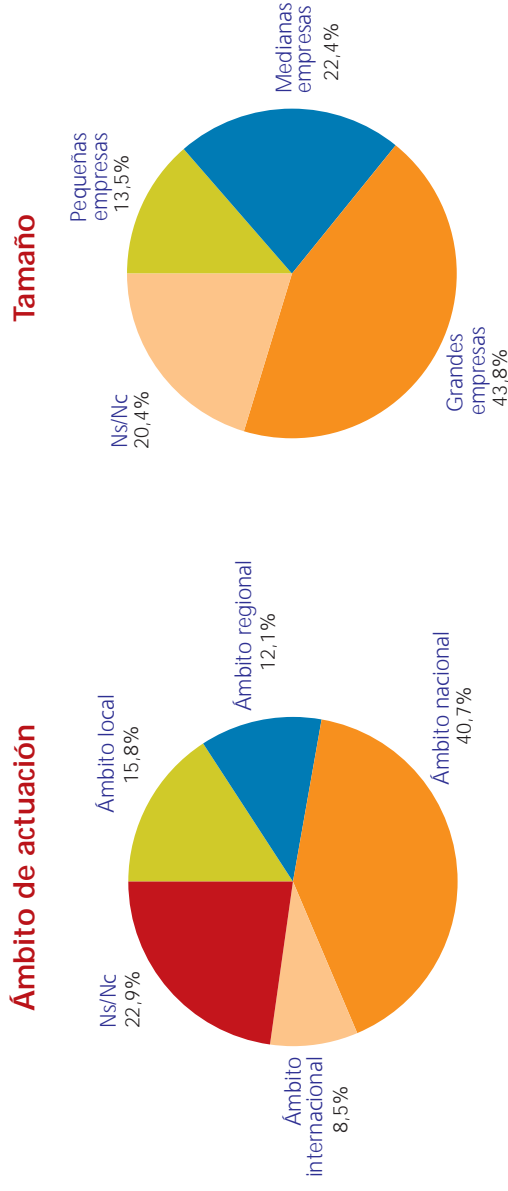


Gráfico 6.11

Tipo de empresas que realizan las prácticas anticompetitivas



6.2 Efecto de las conductas anticompetitivas sobre las empresas

La observación de prácticas restrictivas a la competencia no significa que los empresarios las consideren negativas para la marcha de su empresa como así lo demuestra la respuesta a la pregunta sobre el efecto que tienen las conductas percibidas. A este respecto, las prácticas recogidas en la categoría "Otras prácticas", que son las que los empresarios perciben con más frecuencia, no han sido consideradas como las que mayor efecto tienen sobre sus negocios (tan sólo el 6% de los encuestados afirman que afectan mucho o bastante). Sin embargo, los acuerdos entre empresas, los abusos de posición dominante y las actuaciones de las administraciones públicas resultan para ello más nocivas, teniendo mucho o bastante efecto para el 18,5%, 24,8% y 24,5% de los empresarios, respectivamente.

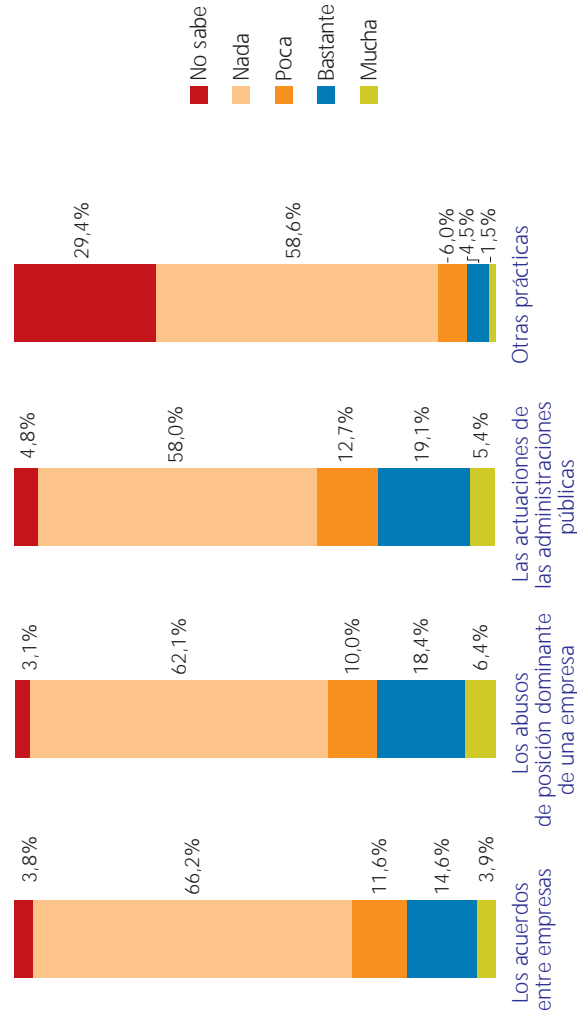


ANÁLISIS DE RESULTADOS

Hemos de señalar que los empresarios parecen ser más conscientes del efecto de los acuerdos entre empresas o de los abusos de las empresas con posición dominante que del efecto de las prácticas incluidas en el epígrafe " Otras prácticas " , donde se ha obtenido un porcentaje muy alto de empresarios que responden no saber cuál puede ser el efecto (29,4%).

Gráfico 6.12

Grado en que las empresas se ven afectadas por las prácticas anticompetitivas



Como era de esperar, los empresarios de los sectores en los que las prácticas anteriores se perciben con más frecuencia son los que sienten un mayor efecto de las mismas sobre la marcha de sus negocios. Así, el 23,8% de los empresarios de la Construcción ven el efecto negativo de los acuerdos entre empresas, elevándose ese porcentaje al 24,6% en el caso de Transporte, almacenamiento y comunicaciones. Las cifras se sitúan en un 24,5% y 38,6% en esos mismos sectores para el caso de abusos de posición dominante y en un 27,3% y 26,4% para las actuaciones públicas. Destaca el porcentaje de empresarios del sector de Intermediación financiera que se considera muy o bastante afectado por las actuaciones de las Administraciones Públicas (46,1%).

Atendiendo al tamaño, las empresas más grandes, en comparación con el resto, se ven menos perjudicadas por los acuerdos entre empresas (14,8%), pero mucho más por los abusos de posición dominante (32,9%) y, sobre todo, por las actuaciones de las Administraciones Públicas (54,1%).

6.3 Conocimiento de la normativa sobre competencia y de los organismos responsables

La segunda parte del cuestionario se centra en el conocimiento que las empresas tienen de la normativa sobre la defensa de la competencia y de los órganos encargados de velar por ella. Asimismo, se recogen una serie de preguntas que permiten valorar la opinión de los empresarios sobre algunos aspectos relacionados con la defensa de la competencia en los mercados.

6.3.1 Conocimiento y acceso a la normativa

En general, destaca el escaso grado de conocimiento de la normativa legal sobre la defensa de la competencia. Sólo el 16% de los responsables de las empresas admiten conocer

mucho (1,6%) o bastante (14,4%) dicha normativa (Gráfico 6.13). Por el contrario, el 30,1% la desconocen totalmente, mientras que el conocimiento del 53,4% de las empresas es muy escaso.

Gráfico 6.13

Grado de conocimiento de la normativa sobre defensa de la competencia

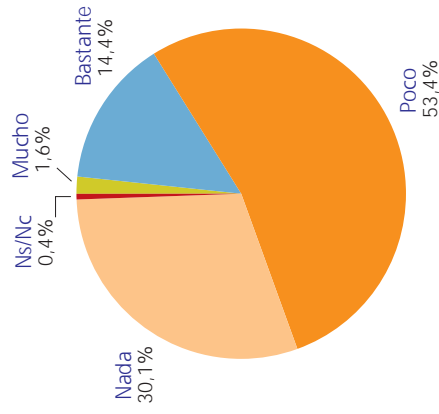
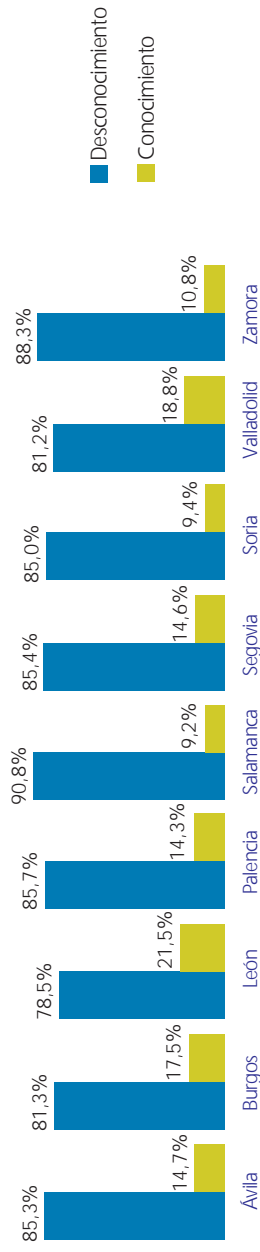


Gráfico 6.14

Grado de conocimiento de la normativa sobre defensa de la competencia por provincias

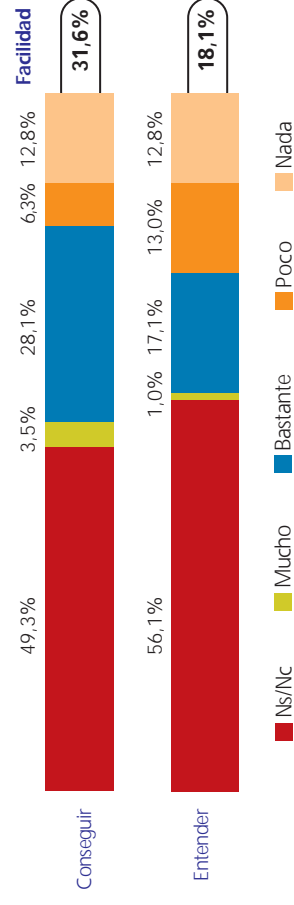


La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Las cifras anteriores se confirman por el elevado porcentaje de empresas que no saben si la información sobre la normativa de defensa de la competencia es fácil de conseguir (49,3%) o de entender (56,1%). Frente a estos porcentajes, en el Gráfico 6.15 se observa que sólo el 3,5% considera muy fácil acceder a dicha información, reduciéndose a sólo el 1% los que opinan que la normativa es muy fácil de entender. Por el contrario, el 12,8% estima que la normativa no es nada fácil de conseguir ni de entender.

Gráfico 6.15

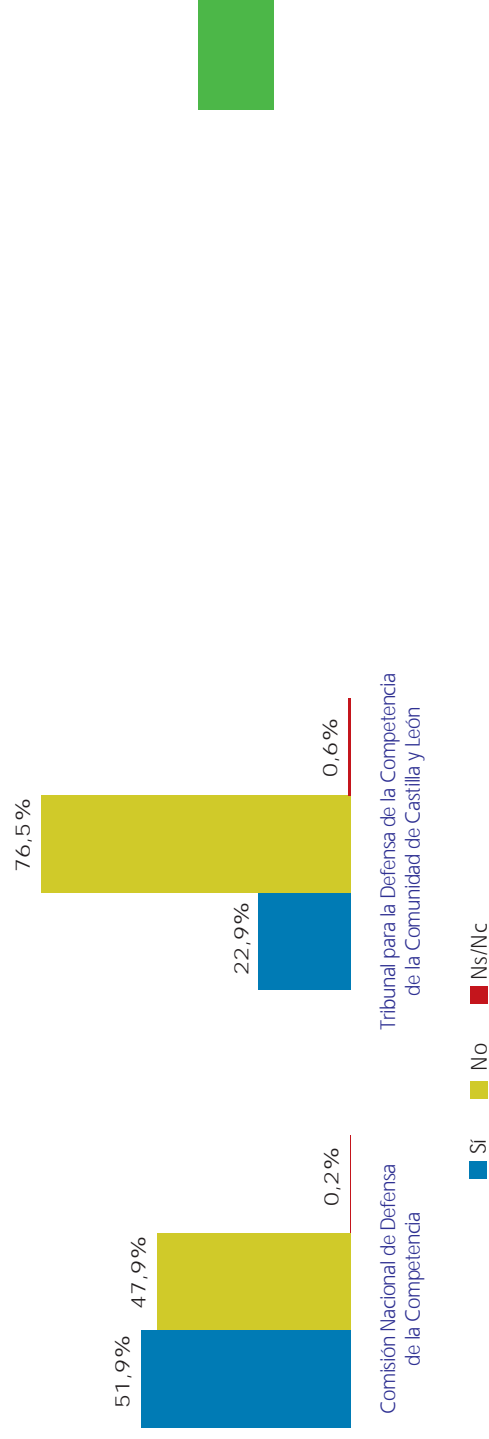
Facilidad de acceso a la normativa sobre defensa de la competencia



El desconocimiento de la normativa se extiende, también, a la existencia de organismos nacionales y regionales encargados de velar por la competencia, especialmente, de estos últimos (Gráfico 6.16). Uno de cada dos responsables de empresas desconoce que existe una Comisión Nacional de Defensa de la Competencia y tres de cada cuatro ignora que recientemente se ha creado el Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad de Castilla y León.



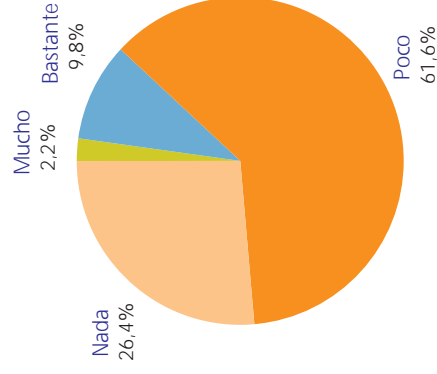
Gráfico 6.16
Grado de conocimiento de la existencia de órganos responsables de la competencia



Además, sólo una minoría de los que conocen la existencia de alguno de estos dos organismos sabe sus funciones. De hecho, el 88% de ellos, conocen poco o nada las funciones que tienen encomendadas (Gráfico 6.17).

Gráfico 6.17

Grado de conocimiento de las funciones de los órganos responsables de la competencia



Las empresas de los sectores de Intermediación financiera, Transporte, almacenamiento y comunicaciones y Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas son las que, en mayor proporción, consideran que la normativa es fácil de conseguir y de entender, mientras que las del sector industrial muestran una opinión más negativa al respecto.

La facilidad de acceso a la normativa parece estar relacionada con las provincias. Así, las empresas cuya sede social se encuentra en Palencia o Soria son las que señalan más dificultades para conseguir información sobre la normativa, mientras que los empresarios de Valladolid, Burgos o León son de la opinión de que la normativa es fácilmente localizable.

En cuanto al tamaño, las grandes empresas son las que muestran porcentajes más altos sobre el grado de accesibilidad y de comprensión de las normas.



ANÁLISIS DE RESULTADOS

La ignorancia generalizada tanto de la normativa como de los organismos se extiende, también, a la efectividad de estos últimos. Así, en conjunto, dos de cada tres empresas no saben si las sanciones impuestas a las empresas que infringen las normas de defensa de la competencia son excesivas o si es fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas (Gráfico 6.18). Sólo un 10,2% estima que las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son bastante (8,2%) o muy excesivas (2%), aunque los que están muy o bastante de acuerdo en que es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas se eleva al 20,8%.

Gráfico 6.18

Grado de acuerdo con las sanciones a las empresas e incumplimiento de la normativa



Cuando se analizan las cifras por sectores, destaca el alto porcentaje de empresarios del sector de la Intermediación financiera que han señalado que es relativamente fácil incumplir la normativa sin sufrir ningún tipo de sanción (53,1%) y que las cuantías de las sanciones no son excesivas (41,8%). Lo mismo ocurre, a nivel provincial, entre los empresarios de Soria.

Si tenemos en cuenta el tamaño, dentro de las empresas con un número de trabajadores mayor a 50 la opinión sobre la facilidad para incumplir las normas está muy dividida pues, un 35,6% estima que es demasiado fácil, mientras que un 27,2% muestra la opinión contraria. Lo mismo ocurre entre las empresas de tamaño mediano con un 21,4% y un 22,5% en cada una de las dos posturas, respectivamente. En relación a las sanciones, independientemente del tamaño, las empresas contrarias a la opinión de que son excesivas superan a las que se posicionan en contra de dicha afirmación.

El desconocimiento general, tanto de la existencia de organismos públicos que velan por la competencia en los mercados como de sus funciones, no es impedimento para que mayoritariamente se considere, por una parte, que la defensa de la competencia en los mercados castellano y leoneses es una tarea de mucha (14,1%) o bastante (72,9%) importancia (Gráfico 6.19) y, por otra, que la existencia de órganos que defiendan la libre competencia es bastante (65,6%) o muy importante (23,1%). Sólo una minoría considera que defender la competencia no tiene ninguna importancia (2%) y que tampoco es relevante que existan órganos encargados de esta tarea (2,4%).

Gráfico 6.19

Importancia otorgada a la defensa de la competencia y a la existencia de órganos que defiendan la libre competencia

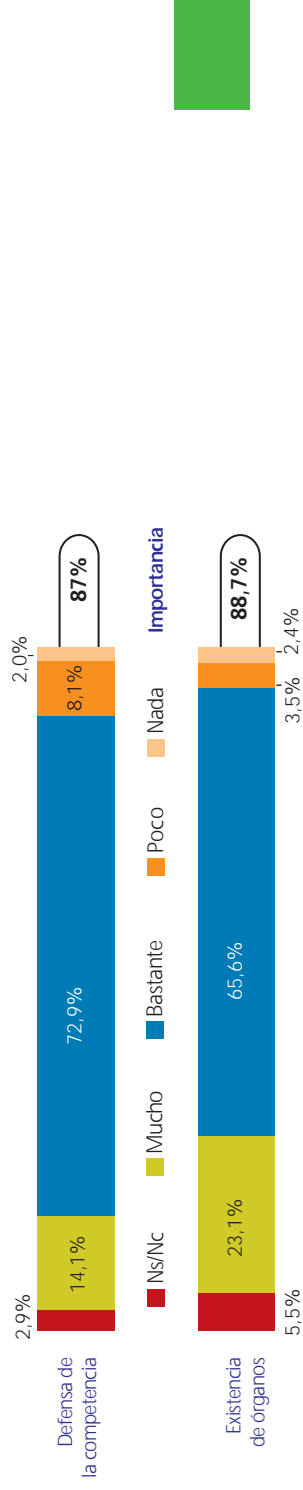
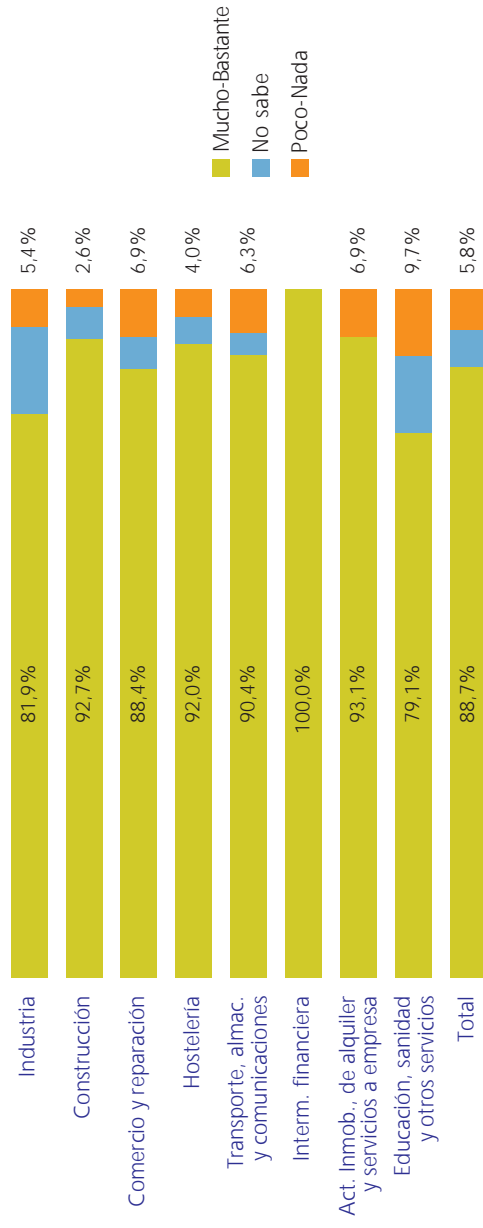


Gráfico 6.20

Importancia concedida por sectores a que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados



El análisis por sectores muestra que los más interesados en que existan órganos que vigilen las reglas del mercado son los de Intermediación financiera, Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa y Hostelería (Gráfico 6.20). En el lado opuesto, se situaría la Educación, sanidad y otros servicios.

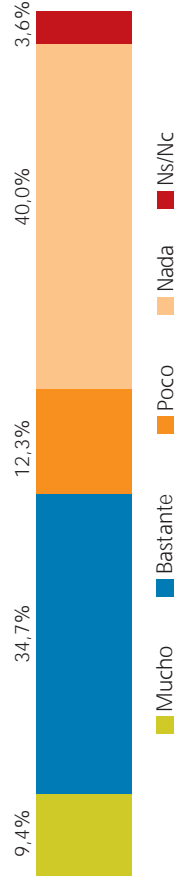
No existen apenas diferencias en relación a esta cuestión según el tamaño de las empresas. Y cuando se desciende a nivel provincial, Segovia es la única provincia en la que los empresarios parecen dar menos importancia a la existencia de instituciones que promueven y protegen la competencia en los mercados.

6.3.2 Efectos de un incremento en la competencia

La opinión mayoritaria, favorable a profundizar en la defensa de la competencia, se manifiesta, en muchos casos, a pesar de la creencia en que un incremento de la misma pondría en dificultades a la empresa de los responsables entrevistados. El Gráfico 6.21 muestra que el 44,1% de los responsables de empresas se manifiestan muy o bastante de acuerdo con que un aumento de la competencia en su sector o mercado dificultaría la marcha de su empresa. Paralelamente, el 40% opina que una mayor competencia no supondría ningún problema para su empresa.

Gráfico 6.21

Grado en que un incremento de la competencia causaría dificultades a la empresa



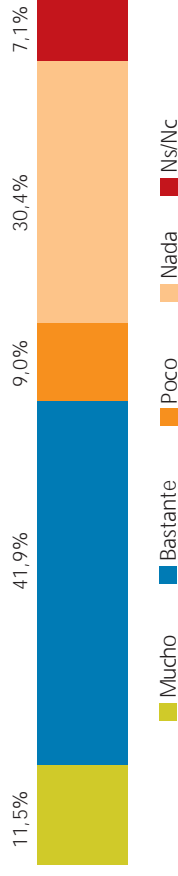


ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este mismo sentido, existe una clara división de opiniones frente a la percepción de los efectos de un aumento de la competencia en el mercado de Castilla y León sobre la competitividad de las empresas de la Comunidad (Gráfico 6.22). El aumento de la competencia mejoraría, en opinión del 53,4% de los entrevistados, mucho (11,5%) o bastante (41,9%), la competitividad de las empresas castellano y leonesas. Por el contrario, el 39,4% estima que la mejora sería escasa (9%) o nula (30,4%). En otras palabras, uno de cada tres entrevistados no observa ninguna relación entre mayor competencia y mejora de la competitividad.

Gráfico 6.22

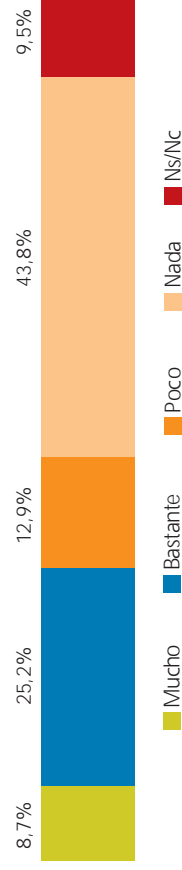
Grado en que un incremento de la competencia mejoraría la competitividad de las empresas regionales



En este sentido, no resulta generalizada la opinión contraria a prohibir los acuerdos entre empresas para fijar precios o condiciones comerciales (Gráfico 6.23). Así, aunque el 43,8% está totalmente en contra de permitir dichos acuerdos, el 33,9% está muy o bastante de acuerdo en que dichos acuerdos no deberían prohibirse.

Gráfico 6.23

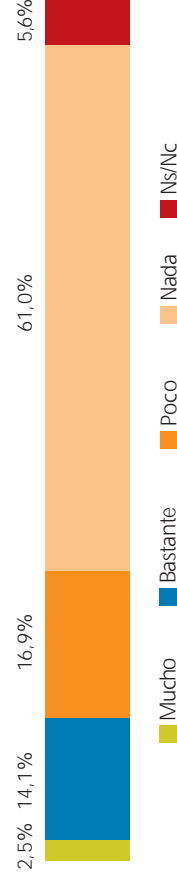
Grado de conformidad con que los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones no deberían prohibirse



Por el contrario, dos de cada tres empresarios (61%) no se muestran conformes con que las empresas con una posición dominante en el mercado la utilicen para lograr sus objetivos (Gráfico 6.24). En este caso, sólo el 16,6% se muestra muy (2,5%) o bastante (14,1%) de acuerdo con esta posibilidad.

Gráfico 6.24

Grado de conformidad con que las empresas con posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos





ANÁLISIS DE RESULTADOS

Por sectores, las empresas encuadradas en la Intermediación financiera, Hostelería y Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas muestran un mayor grado de acuerdo con que un aumento de la competencia redundaría en una mejora de la competitividad, mientras que las pertenecientes a los sectores de Transporte, almacenamiento y comunicaciones y Comercio y reparación están menos de acuerdo con esa afirmación. Estas diferencias pueden estar relacionadas con la opinión de los empresarios sobre las dificultades que tendrían que afrontar en el caso de que se produjera un incremento real de la competencia. Así, las empresas que han respondido más claramente que existe una relación directa entre la competencia y la competitividad son también las que se muestran más confiadas ante un incremento de la competencia. En concreto, el 94,2% de las empresas del sector de Intermediación financiera señalan que un aumento de la competencia apenas dificultaría la buena marcha de su negocio.

Las empresas de mayor tamaño son las que comparten este argumento en mayor medida, pues un 76,5% de las mismas considera que un aumento de la competencia no las pondría en serias dificultades. Independientemente del tamaño, se observa una clara dualidad entre los que ven relación entre competencia y competitividad y los que no la perciben. Esta dicotomía se acentúa en el caso de las grandes empresas, donde el 47,7% se muestra favorable a que un incremento de la competencia mejoraría la competitividad frente al 50% que muestra una opinión contraria.

En todas las provincias, excepto en Soria, se observa un porcentaje superior de empresarios que consideran que el aumento de la competencia en su mercado supondría una mejora de la competitividad de las empresas de ese mercado.

Cuando se tiene en cuenta la opinión de los empresarios sobre la idoneidad de ciertas conductas restrictivas, las empresas pertenecientes a los sectores de la Hostelería y del Transporte, almacenamiento y comunicaciones son las que se muestran más permisivas con



los acuerdos entre empresas y con la utilización de la posición dominante por parte de una empresa. Por el contrario, el sector de la Intermediación financiera es el que se posiciona más en contra de este tipo de prácticas. Un 98,5% de las empresas de este sector está en desacuerdo con la no prohibición de los acuerdos entre empresas y un 92,7% en contra de que la situación de posición dominante sea utilizada por la empresa en su propio beneficio.

Por provincias, la opinión generalizada es contraria a que los acuerdos entre empresas no deberían prohibirse, aunque, por ejemplo, en Segovia hasta un 41,3% de los empresarios aceptan de buen grado dichos acuerdos. Los abusos de posición dominante son peor vistos en todas las provincias, siendo los empresarios de Zamora los que se manifiestan más a favor de los mismos.

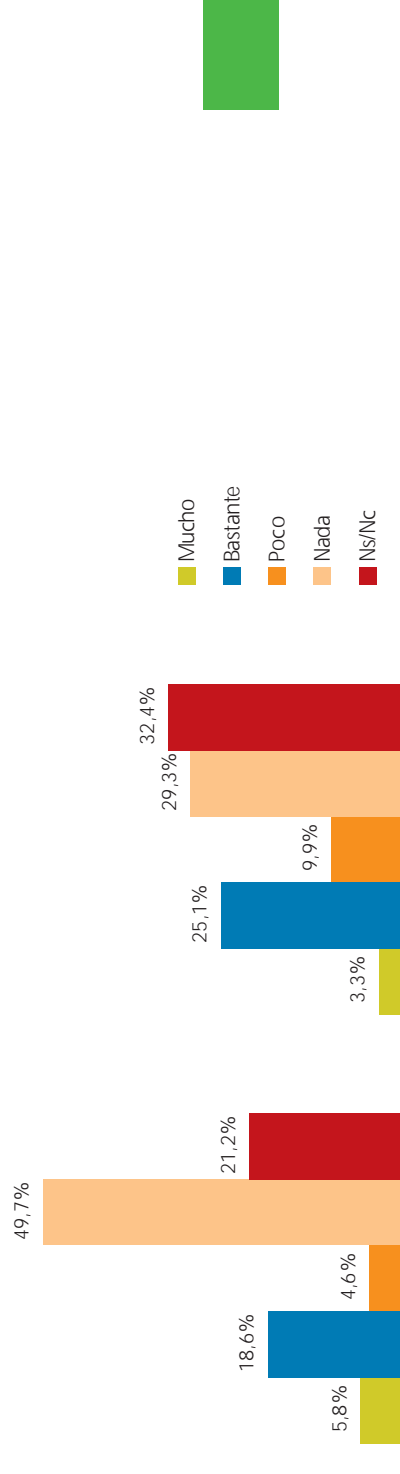
Por otro lado, las empresas grandes son las menos partidarias de los abusos de posición dominante y, junto con las de tamaño mediano, las más contrarias a los acuerdos entre empresas.

6.3.3 Actuación pública y competencia

El análisis de la incidencia de determinadas políticas públicas sobre la competencia en los mercados o sectores se ha centrado en dos cuestiones: las ayudas públicas a las empresas y la contratación pública. Respecto a la primera, la mitad de los responsables, consideran que su empresa no sufre una competencia injusta a causa de las mismas (Gráfico 6.25). El 24,4% manifiesta que las ayudas a las empresas suponen una competencia injusta. A su vez, el 29,3% de las empresas manifiestan su total desacuerdo con la forma en que se realiza la contratación pública. Destaca en este sentido que sólo el 3,3% está muy de acuerdo con esta apreciación.



Gráfico 6.25
Relación entre la actuación pública y la competencia

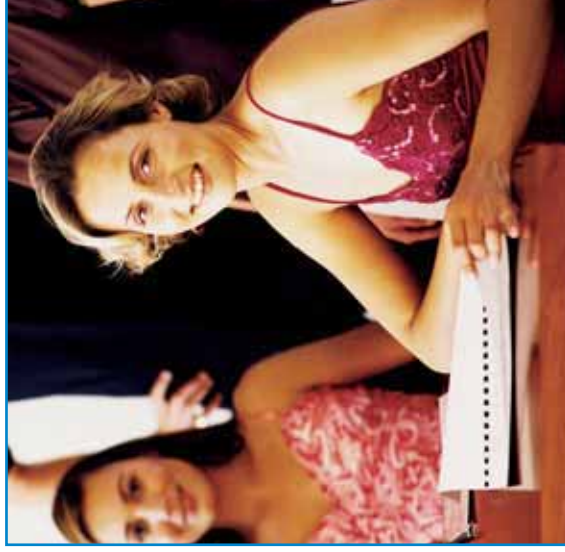


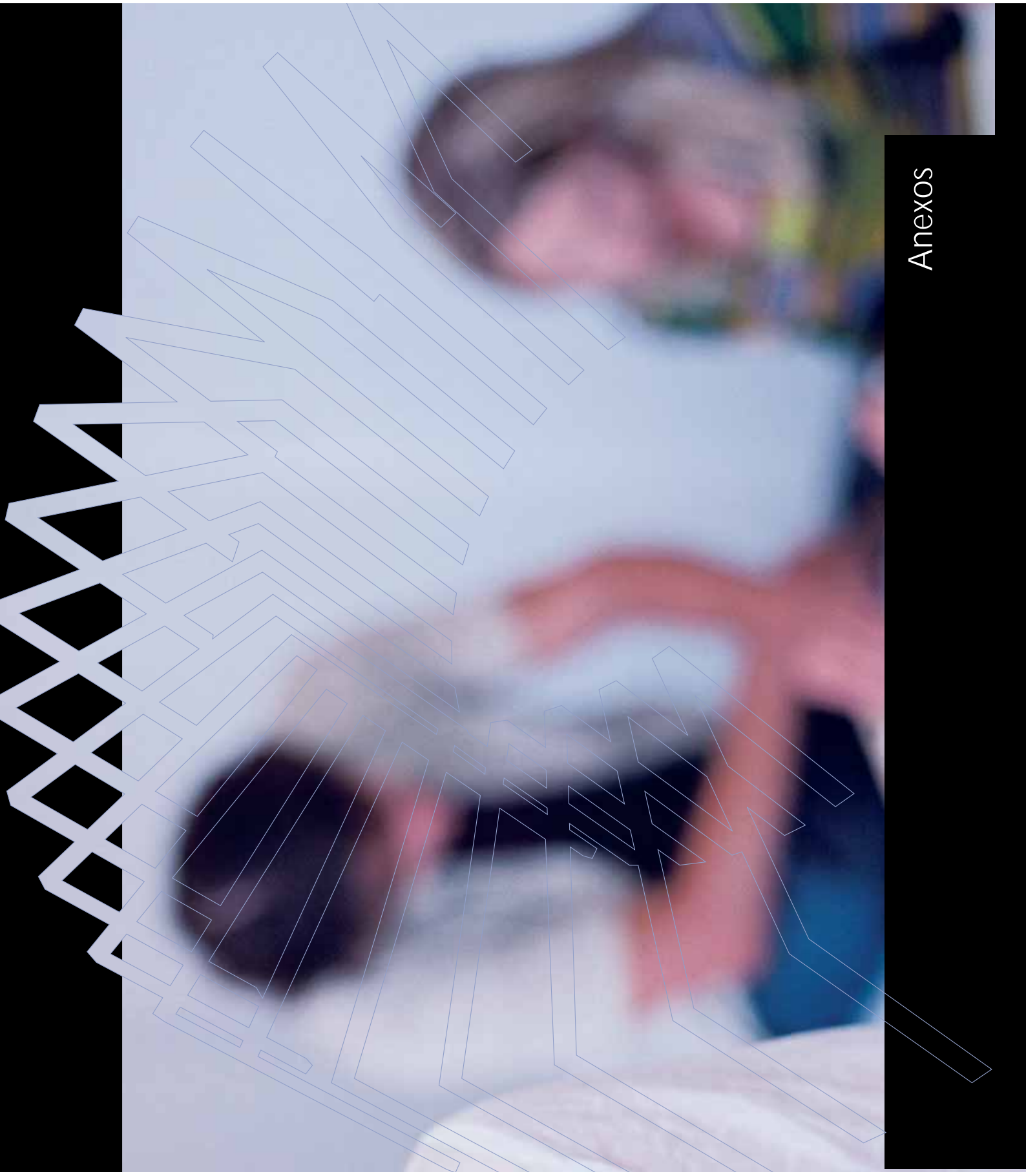
Los sectores en los que las ayudas públicas tienen una repercusión más negativa en términos de la competencia, en opinión de los entrevistados, son los de Intermediación financiera y Transporte, almacenamiento y comunicaciones. El sector de la Intermediación financiera es también el que considera que la forma en que se realiza la contratación pública no es adecuada. En el otro extremo, encontramos el sector de Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa, que es el que podemos considerar menos perjudicado por las ayudas públicas.

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Por tamaño, sobresalen las empresas grandes en cuanto a que son las que están más en desacuerdo en la forma en que se realiza la contratación pública (el 52,3% está poco o nada de acuerdo), aunque no son las que se consideran más afectadas por la concesión de ayudas públicas a sus empresas competidoras. En este tema, son las pequeñas empresas las que opinan que sufren competencia injusta por este tipo de ayudas.

A nivel provincial, los empresarios zamoranos son los que dicen sentirse más perjudicados por las ayudas que conceden los organismos públicos a otras empresas de su sector o mercado.





Anexos



Anexo I. Clasificación nacional de actividades económicas

División de las ramas de actividad del sector industrial

Ramas de actividad

División CNAE-93

	(10) Extracción y aglomeración de antracita, hulla, lignito y turba.
	(11) Extracción de crudos de petróleo y gas natural; actividades de los servicios relacionados con las explotaciones petrolíferas y de gas, excepto actividades de prospección.
1. Industrias extractivas y del petróleo	(12) Extracción de minerales de uranio y torio.
	(13) Extracción de minerales metálicos.
	(14) Extracción de minerales no metálicos ni energéticos.
	(23) Coquerías, refino de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares.
2. Alimentación, bebidas y tabaco	(15) Industria de productos alimenticios y bebidas.
	(16) Industria del tabaco.

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Ramas de actividad

División CNAE-93

	(17) Industria textil.
3. Industria textil, confección de cuero y calzado	(18) Industria de la confección y de la peletería. (19) Preparación, curtido y acabado del cuero; fabricación de artículos de marroquinería y viaje; artículos de guarnicionería, talabartería y zapatería.
4. Madera y corcho	(20) Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería.
5. Papel, edición y artes gráficas	(21) Industrias del papel. (22) Edición, artes gráficas y reproducción de soportes grabados.
6. Industria química	(24) Industria química.
7. Caucho y materias plásticas	(25) Fabricación de productos de caucho y materias plásticas.
8. Productos minerales no metálicos diversos	(26) Fabricación de otros productos minerales no metálicos.
9. Metalurgia y fabricación de productos metálicos	(27) Metalurgia. (28) Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo.
10. Maquinaria y equipo mecánico	(29) Industria de la construcción de maquinaria y equipo mecánico. (30) Fabricación de máquinas de oficina y equipos informáticos.
11. Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico	(31) Fabricación de maquinaria y material eléctrico. (32) Fabricación de material electrónico; fabricación de equipo y aparatos de radio, televisión y comunicaciones. (33) Fabricación de equipos e instrumentos médico-quirúrgicos de precisión, óptica y relojería.
12. Material de transporte	(34) Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques. (35) Fabricación de otro material de transporte.
13. Industrias manufactureras diversas	(36) Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras. (37) Reciclaje.
14. Energía y agua	(40) Producción y distribución de energía eléctrica, gas, vapor y agua caliente. (41) Captación, depuración y distribución de agua.



ANEXO I. CLASIFICACIÓN NACIONAL DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Ramas de actividad

División CNAE-93

16. Comercio y reparación	(50) Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; venta al por menor de combustible para vehículos de motor. (51) Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto vehículos de motor y motocicletas. (52) Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; reparación de efectos personales y enseres domésticos.
17. Hostelería	(55) Hostelería. (60) Transporte terrestre; transporte por tuberías. (61) Transporte marítimo, de cabotaje y por vías de navegación interiores. (62) Transporte aéreo y espacial.
18. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	(63) Actividades anexas a los transportes; actividades de agencias de viajes. (64) Correos y telecomunicaciones
19. Intermediación financiera	(65) Intermediación financiera, excepto seguros y planes de pensiones. (66) Seguros y planes de pensiones, excepto Seguridad Social Obligatoria. (67) Actividades auxiliares a la intermediación financiera.
20. Actividades inmobiliarias de alquiler y servicios a empresas	(70) Actividades inmobiliarias. (71) Alquiler de maquinaria y equipo sin operario, de efectos personales y enseres domésticos. (72) Actividades informáticas. (73) Investigación y desarrollo. (74) Otras actividades empresariales.
21. Educación, sanidad y otros servicios	(80) Educación. (85) Actividades sanitarias y veterinarias, servicios sociales. (90) Actividades de saneamiento público. (91) Actividades asociativas. (92) Actividades recreativas, culturales y deportivas. (93) Actividades diversas de servicios personales.



Anexo II. Cuestionario

Encuesta sobre la percepción de la competencia, el conocimiento de la legislación vigente y de los órganos competentes en materia de competencia

BLOQUE I. PERCEPCIÓN DEL ENTORNO EMPRESARIAL

P.1 En el mercado (o sector) en el que opera su empresa en Castilla y León, ¿con qué frecuencia ocurren las siguientes prácticas o conductas? (En el caso de que su empresa actúe en varios sectores, considere solamente el de mayor volumen de negocio)

	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe
Venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Utilización de publicidad engañosa.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Realización de contratos con términos confusos.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe
Concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Dificultades injustificadas para participar en contratos públicos.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Funcionamiento de empresas ilegales o no autorizadas.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Incumplimiento de patentes o falsificación de marcas.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

P.2 En su sector (o mercado), ¿con qué frecuencia se producen acuerdos entre empresas para?

	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe
Fijar precios u otras condiciones comerciales.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Limitar la producción, la distribución o el desarrollo técnico.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Repartirse el mercado o los proveedores.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>



ANEXO II. CUESTIONARIO

P.3 En su sector (o mercado), ¿existe alguna empresa con posición dominante?

Empresa dominante: una con posición de fortaleza económica que le permita conducirse en buena medida con independencia de sus competidores, clientes y, en último extremo, de los consumidores.

1 Sí pasar a p4

2 No pasar a p5

3 No sabe pasar a p5

P.4 ¿Con qué frecuencia esa empresa incurre en las siguientes conductas?

	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe
Imponer, de forma directa o indirecta, precios u otras condiciones comerciales.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Limitar la producción, la distribución o el desarrollo técnico.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>



La percepción sobre la competencia
en la comunidad autónoma de Castilla y León

P.5 ¿En términos generales, las siguientes conductas ¿en qué medida afectan a su negocio o limitan la entrada en el mercado de potenciales competidores?

	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe
Los acuerdos entre empresas.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Los abusos de posición dominante de una empresa.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Las actuaciones de las administraciones públicas.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Otras prácticas.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

P.6 Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta que punto en su sector (o mercado) se dan

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A. Prácticas o conductas restrictivas que limitan de la competencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Barreras de entrada de nuevas empresas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



ANEXO II. CUESTIONARIO

P.7 En general, durante los últimos 12 meses, en su sector (o mercado), las conductas anteriores

- 1 Han aumentado
- 2 Han disminuido
- 3 No han variado

P.8 En su opinión, ¿cuál es el tipo de empresa que practica más frecuentemente estas conductas?

- 1 Ámbito local
- 2 Ámbito regional
- 3 Ámbito nacional
- 4 Ámbito internacional

P.9 ¿y su tamaño?

- 1 Pequeñas empresas
- 2 Medianas empresas
- 3 Grandes empresas





La percepción sobre la competencia
en la comunidad autónoma de Castilla y León

BLOQUE II. PERCEPCIÓN DE LA NORMATIVA DE LA COMPETENCIA

P:10 ¿Podría indicarme cuál es su grado de conocimiento de la normativa legal sobre la defensa de la competencia?

- 1 Mucho
- 2 Bastante
- 3 Poco
- 4 Nada

P:11A Para poder valorar adecuadamente sus percepciones sobre la normativa legal de la defensa de la competencia, ¿podría indicar el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

	Mucho	Bastante	Poca	Nada	No sabe
La información de la normativa es fácil de conseguir	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
La información de la normativa es fácil de entender	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>



ANEXO II. CUESTIONARIO

P:11B Y en relación al mercado, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones

	Mucho	Bastante	Poca	Nada	No sabe
Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Un aumento de la competencia en el mercado castellano y leonés mejoraría la competitividad de las empresas.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>





La percepción sobre la competencia
en la comunidad autónoma de Castilla y León

P.12 ¿Sabía usted que existe a nivel nacional una Comisión Nacional de Defensa de la Competencia?

1 Sí

2 No

P.13 ¿Y que recientemente se ha creado el Tribunal para la Defensa de la Competencia de la Comunidad de Castilla y León?

1 Sí

2 No

Contestar sólo si P12 o P13 = Sí

P.14 ¿Cuál es su grado de conocimiento de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la Defensa de la Competencia?

1 Mucho

2 Bastante

3 Poco

4 Nada

P.15 Cree usted que la defensa de la competencia en los mercados castellanos y leoneses es una tarea

1 Muy importante

2 Bastante importante

3 Poco importante

4 Nada importante



**BLOQUE III. VARIABLES DE CLASIFICACIÓN**

P.16 ¿Cuál es el sector económico en el que opera su empresa?
(En el caso de que su empresa actúe en varios sectores, considere solamente el de mayor volumen de negocio)

Industria	
Industrias extractivas y del petróleo	1 <input type="checkbox"/>
Energía, agua y gas	2 <input type="checkbox"/>
Industria química	3 <input type="checkbox"/>
Industria de la alimentación, bebida y tabaco	4 <input type="checkbox"/>
Industria textil, confección, cuero y calzado	5 <input type="checkbox"/>
Otras industrias manufactureras	6 <input type="checkbox"/>
Construcción	7 <input type="checkbox"/>
Servicios	
Comercio y reparación	8 <input type="checkbox"/>
Hostelería	9 <input type="checkbox"/>
Transporte y comunicaciones	10 <input type="checkbox"/>
Intermediación financiera	11 <input type="checkbox"/>
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresas	12 <input type="checkbox"/>
Educación	13 <input type="checkbox"/>
Sanidad	14 <input type="checkbox"/>
Otros servicios	15 <input type="checkbox"/>

P:17 En su opinión, ¿cómo caracterizaría la situación actual del sector (o mercado) en el que opera su empresa?

- 1 De gran crecimiento
- 2 De ligero crecimiento
- 3 Estable
- 4 En declive

P:18 ¿Cuál es el tipo de cliente final al que se dirige su producto o servicio?

- 1 Otras empresas u organizaciones
- 2 Consumidores individuales
- 3 Ambos

P:19 ¿Cuál es el área principal de influencia de su negocio?

- 1 Local
- 2 Regional
- 3 Nacional
- 4 Internacional

P:20 ¿Cuál es el número de trabajadores de su empresa?

- 1 1-9 trabajadores
- 2 10-49 trabajadores
- 3 50-99 trabajadores
- 4 100 o más trabajadores

P:21 ¿Cuántos años lleva operando su empresa en el mercado?_____



Anexo III. Prácticas o conductas anticompetitivas

P.1 En el mercado (o sector) en el que opera su empresa en Castilla y León, ¿con qué frecuencia ocurren las siguientes prácticas o conductas?

(En el caso de que la empresa actúe en varios sectores, se considera solamente el de mayor volumen de negocio)

Tabla 9.1

Frecuencia con que se percibe la existencia de determinadas prácticas o conductas

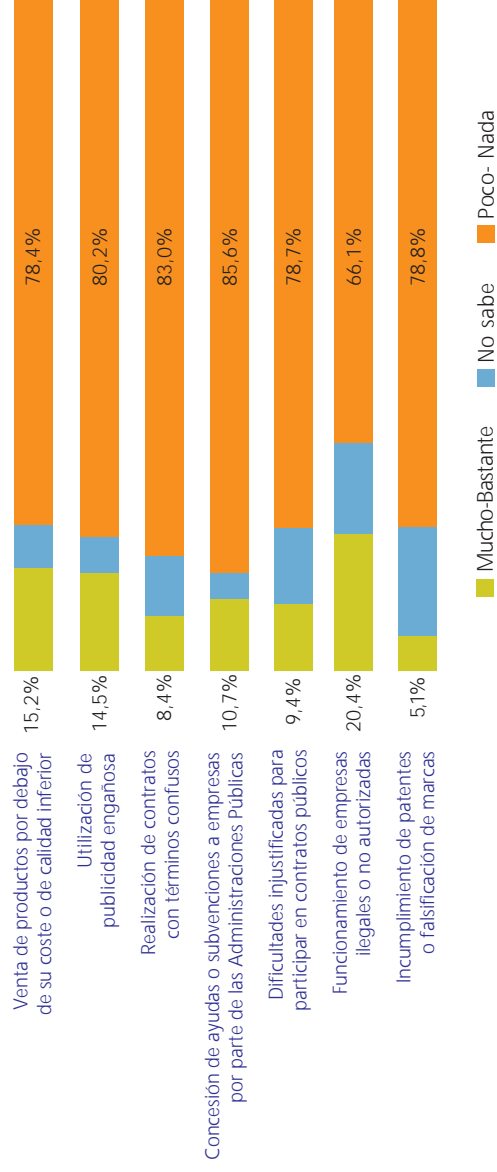
Tipo de prácticas	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior	3,6%	11,6%	16,5%	61,9%	6,5%	100,0%
Utilización de publicidad engañosa	1,5%	13,0%	9,1%	71,1%	5,3%	100,0%
Realización de contratos con términos confusos	1,0%	7,4%	7,5%	75,5%	8,6%	100,0%

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Tipo de prácticas	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas	0,2%	10,5%	22,4%	63,2%	3,6%	100,0%
Dificultades injustificadas para participar en contratos públicos	2,1%	7,3%	7,5%	71,2%	11,9%	100,0%
Funcionamiento de empresas ilegales o no autorizadas	3,8%	16,6%	10,5%	55,7%	13,5%	100,0%
Incumplimiento de patentes o falsificación de marcas	0,5%	4,6%	4,6%	74,2%	16,1%	100,0%

Gráfico 9.1

Frecuencia con que se percibe la existencia de determinadas prácticas o conductas





ANEXO III. PRÁCTICAS O CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

9.1 Análisis provincial

Tabla 9.2

Frecuencia con que se percibe la venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior por provincias

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	3,8%	5,2%	9,3%	71,9%	9,7%	100,0%
Burgos	4,8%	11,2%	16,7%	60,0%	7,4%	100,0%
León	3,2%	11,4%	22,5%	55,5%	7,3%	100,0%
Palencia	0,7%	15,5%	13,9%	64,2%	5,6%	100,0%
Salamanca	2,7%	13,4%	18,8%	58,9%	6,1%	100,0%
Segovia	10,7%	8,9%	4,4%	69,7%	6,3%	100,0%
Soria	5,6%	5,7%	18,4%	62,1%	8,2%	100,0%
Valladolid	2,9%	8,5%	15,7%	68,1%	4,8%	100,0%
Zamora	0,1%	26,6%	16,5%	52,1%	4,8%	100,0%
Total	3,6%	11,6%	16,5%	61,9%	6,5%	100,0%

Gráfico 9.2

Frecuencia con que se percibe la venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior por provincias

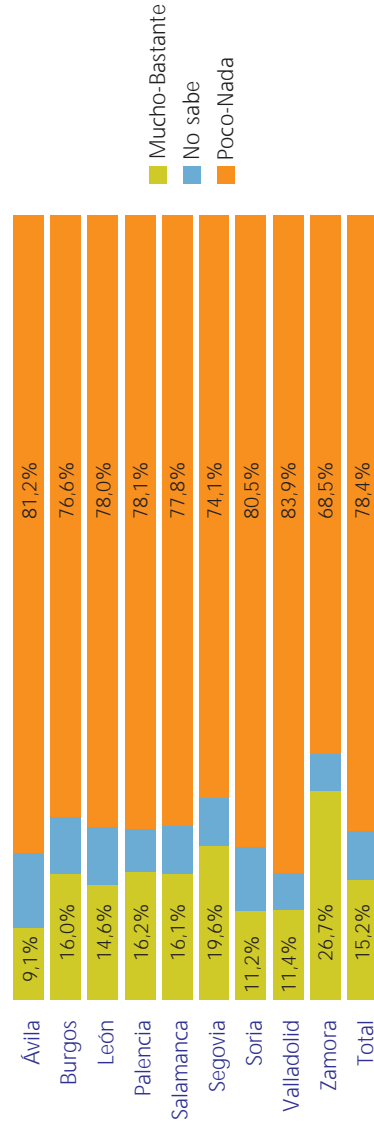


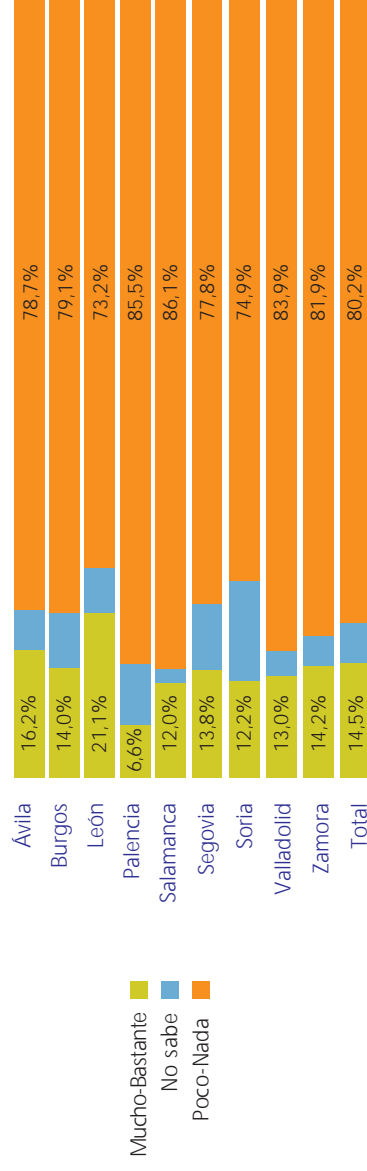
Tabla 9.3

Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	2,6%	13,7%	7,0%	71,6%	5,1%	100,0%
Burgos	1,2%	12,9%	4,1%	74,9%	6,9%	100,0%
León	2,7%	18,4%	10,6%	62,6%	5,7%	100,0%
Palencia	0,0%	6,6%	7,3%	78,2%	7,9%	100,0%
Salamanca	1,3%	10,8%	10,5%	75,5%	1,9%	100,0%
Segovia	4,7%	9,1%	6,6%	71,2%	8,4%	100,0%
Soria	0,0%	12,2%	28,1%	46,8%	12,9%	100,0%
Valladolid	0,0%	13,0%	9,3%	74,5%	3,2%	100,0%
Zamora	2,4%	11,8%	8,3%	73,7%	3,9%	100,0%
Total	1,5%	13,0%	9,1%	71,1%	5,3%	100,0%

Gráfico 9.3

Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa





ANEXO III. PRÁCTICAS O CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

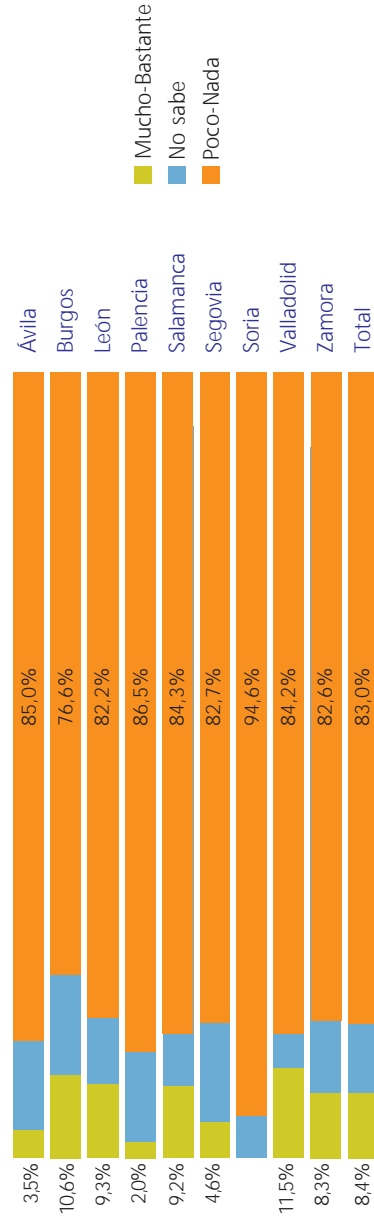
Tabla 9.4

Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	0,0%	3,5%	2,7%	82,3%	11,6%	100,0%
Burgos	2,1%	8,5%	3,4%	73,3%	12,8%	100,0%
León	2,6%	6,7%	10,5%	71,7%	8,5%	100,0%
Palencia	0,0%	2,0%	8,9%	77,6%	11,5%	100,0%
Salamanca	0,0%	9,2%	4,6%	79,7%	6,5%	100,0%
Segovia	2,3%	2,4%	5,6%	77,1%	12,7%	100,0%
Soria	0,0%	0,0%	12,3%	82,2%	5,4%	100,0%
Valladolid	0,0%	11,5%	10,2%	74,0%	4,3%	100,0%
Zamora	0,0%	8,3%	8,2%	74,3%	9,1%	100,0%
Total	1,0%	7,4%	7,5%	75,5%	8,6%	100,0%

Gráfico 9.4

Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos



La percepción sobre la competencia
en la comunidad autónoma de Castilla y León

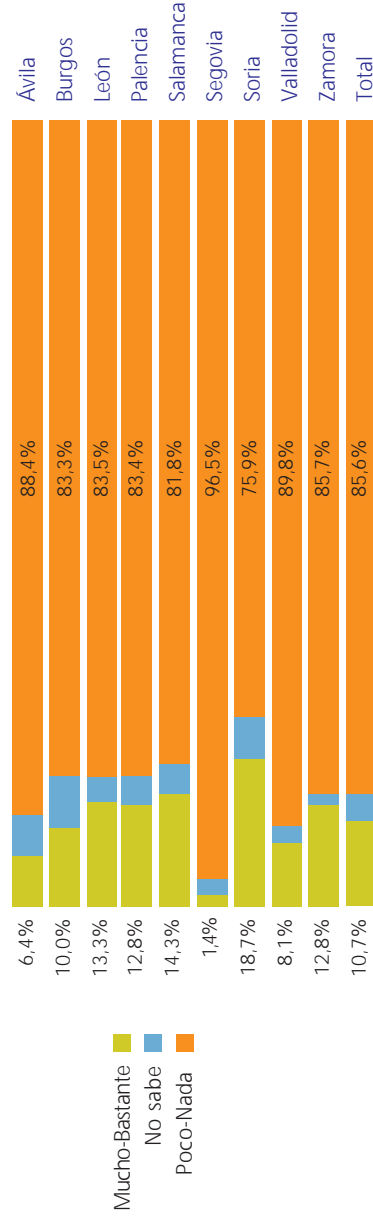
Tabla 9.5

Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	0,0%	6,4%	23,2%	65,2%	5,2%	100,0%
Burgos	0,0%	10,0%	24,8%	58,5%	6,7%	100,0%
León	0,0%	13,3%	23,9%	59,6%	3,2%	100,0%
Palencia	0,0%	12,8%	14,6%	68,8%	3,8%	100,0%
Salamanca	0,1%	14,2%	15,0%	66,8%	3,9%	100,0%
Segovia	0,4%	1,1%	27,6%	69,0%	2,0%	100,0%
Soria	0,0%	18,7%	29,1%	46,8%	5,4%	100,0%
Valladolid	0,9%	7,2%	25,2%	64,6%	2,1%	100,0%
Zamora	0,0%	12,8%	17,0%	68,6%	1,5%	100,0%
Total	0,2%	10,5%	22,4%	63,2%	3,6%	100,0%

Gráfico 9.5

Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia





ANEXO III. PRÁCTICAS O CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

Tabla 9.6

Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	0,1%	11,3%	2,6%	77,8%	8,2%	100,0%
Burgos	0,9%	5,7%	6,6%	68,7%	18,0%	100,0%
León	5,7%	7,2%	5,6%	77,5%	3,9%	100,0%
Palencia	1,1%	2,4%	9,4%	64,8%	22,4%	100,0%
Salamanca	2,7%	6,4%	15,1%	65,0%	10,8%	100,0%
Segovia	1,9%	6,7%	2,4%	80,4%	8,7%	100,0%
Soria	0,0%	9,1%	15,0%	59,2%	16,7%	100,0%
Valladolid	0,4%	7,5%	6,6%	70,8%	14,7%	100,0%
Zamora	2,6%	12,3%	6,0%	68,7%	10,5%	100,0%
Total	2,1%	7,3%	7,5%	71,2%	11,9%	100,0%

Gráfico 9.6

Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos

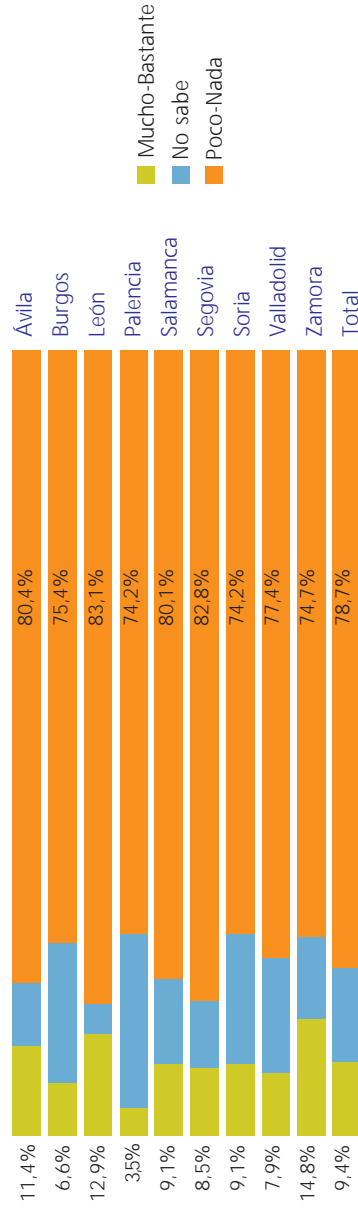


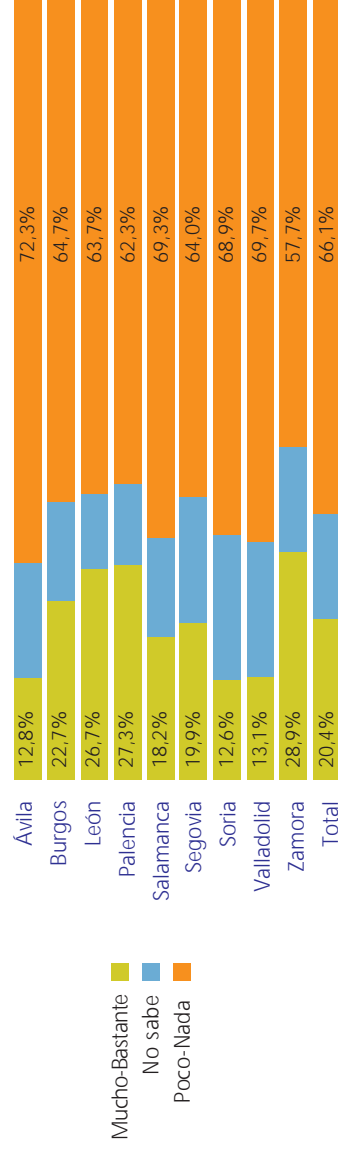
Tabla 9.7

Frecuencia con que se percibe el funcionamiento de empresas ilegales o no autorizadas

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	2,6%	10,3%	9,4%	62,8%	14,9%	100,0%
Burgos	2,9%	19,8%	14,6%	50,1%	12,6%	100,0%
León	7,3%	19,4%	8,9%	54,8%	9,6%	100,0%
Palencia	3,6%	23,7%	7,5%	54,8%	10,4%	100,0%
Salamanca	3,3%	14,9%	13,3%	56,0%	12,5%	100,0%
Segovia	8,4%	11,5%	6,9%	57,1%	16,2%	100,0%
Soria	0,0%	12,6%	22,9%	46,0%	18,5%	100,0%
Valladolid	0,9%	12,2%	8,1%	61,6%	17,2%	100,0%
Zamora	4,8%	24,2%	8,6%	49,1%	13,4%	100,0%
Total	3,8%	16,6%	10,5%	55,7%	13,5%	100,0%

Gráfico 9.7

Frecuencia con que se percibe la existencia de empresas ilegales o no autorizadas





ANEXO III. PRÁCTICAS O CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

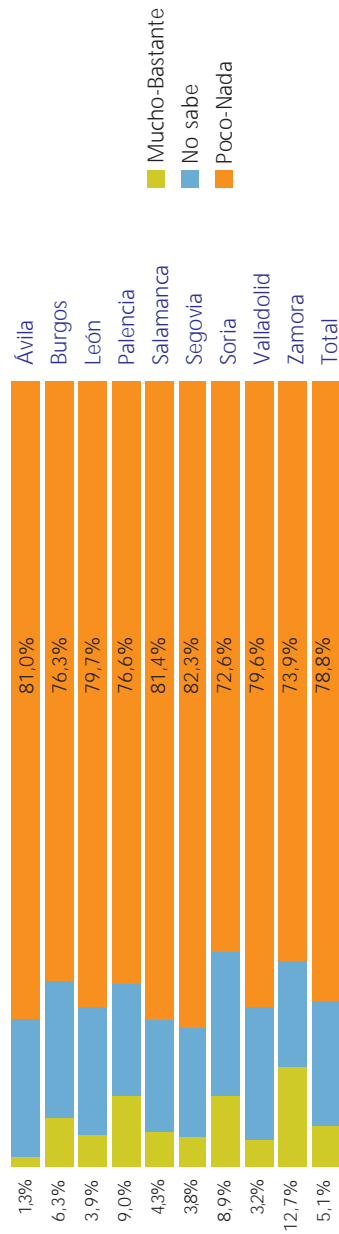
Tabla 9.8

Frecuencia con que se percibe incumplimiento de patentes o falsificación de marcas

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	0,0%	1,3%	2,9%	78,1%	17,7%	100,0%
Burgos	0,0%	6,3%	5,9%	70,4%	17,4%	100,0%
León	0,0%	3,9%	2,7%	77,0%	16,4%	100,0%
Palencia	0,0%	9,0%	3,7%	72,9%	14,4%	100,0%
Salamanca	1,6%	2,7%	7,7%	73,6%	14,3%	100,0%
Segovia	0,0%	3,8%	6,4%	75,9%	13,9%	100,0%
Soria	0,0%	8,9%	7,2%	65,4%	18,5%	100,0%
Valladolid	0,6%	2,7%	4,0%	75,6%	17,2%	100,0%
Zamora	2,6%	10,1%	2,3%	71,6%	13,4%	100,0%
Total	0,5%	4,6%	4,6%	74,2%	16,1%	100,0%

Gráfico 9.8

Frecuencia con que se percibe la existencia de incumplimientos de patentes o falsificación de marcas



9.2 Análisis sectorial

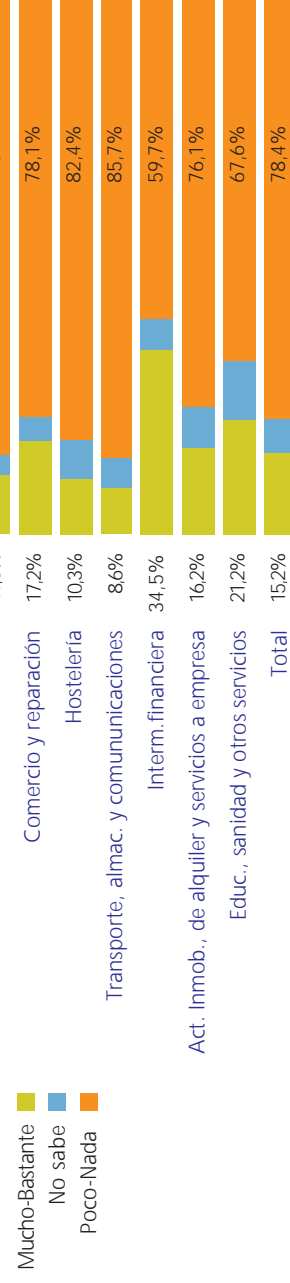
Tabla 9.9

Frecuencia con que se percibe la venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior por provincias

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	2,7%	14,2%	21,4%	53,3%	8,4%	100,0%
Construcción	1,4%	9,6%	19,7%	65,4%	3,9%	100,0%
Comercio y reparación	1,3%	15,9%	17,7%	60,4%	4,6%	100,0%
Hostelería	1,1%	9,2%	10,4%	72,0%	7,3%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	3,2%	5,4%	11,1%	74,6%	5,7%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	34,5%	1,5%	58,2%	5,8%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	11,2%	5,0%	13,9%	62,2%	7,7%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	7,9%	13,3%	17,9%	49,6%	11,2%	100,0%
Total	3,6%	11,6%	16,5%	61,9%	6,5%	100,0%

Gráfico 9.9

Frecuencia con que se venden productos por debajo de su coste o de calidad inferior





ANEXO III. PRÁCTICAS O CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

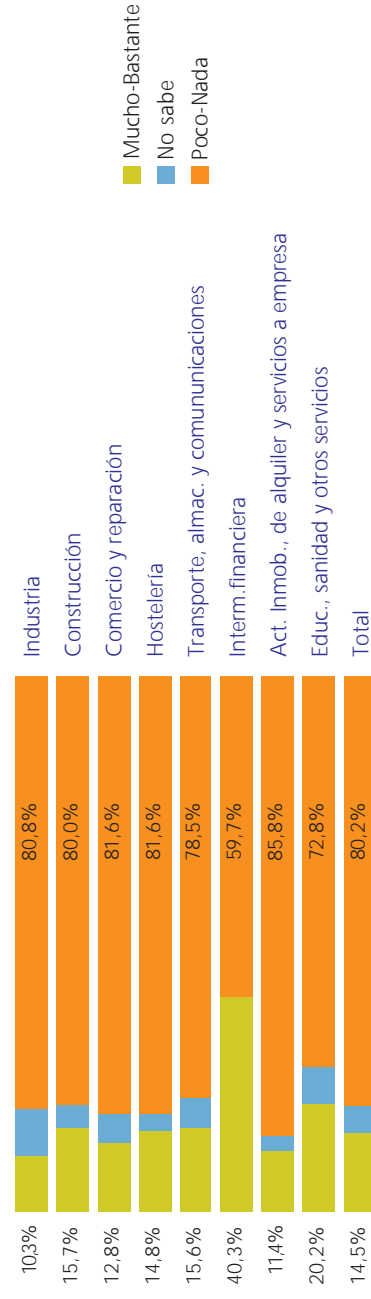
Tabla 9.10

Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	0,0	10,3%	12,3%	68,5%	8,9%	100,0%
Construcción	0,0	15,7%	8,7%	71,3%	4,3%	100,0%
Comercio y reparación	1,3%	11,5%	13,5%	68,1%	5,6%	100,0%
Hostelería	3,0%	11,8%	3,1%	78,5%	3,6%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5,1%	10,5%	1,6%	76,9%	5,9%	100,0%
Intermediación financiera	0,0	40,3%	0,0%	59,7%	0,0	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,0	11,4%	11,5%	74,3%	2,9%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	4,1%	16,1%	6,1%	66,7%	7,0%	100,0%
Total	1,5%	13,0%	9,1%	71,1%	5,3%	100,0%

Gráfico 9.10

Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

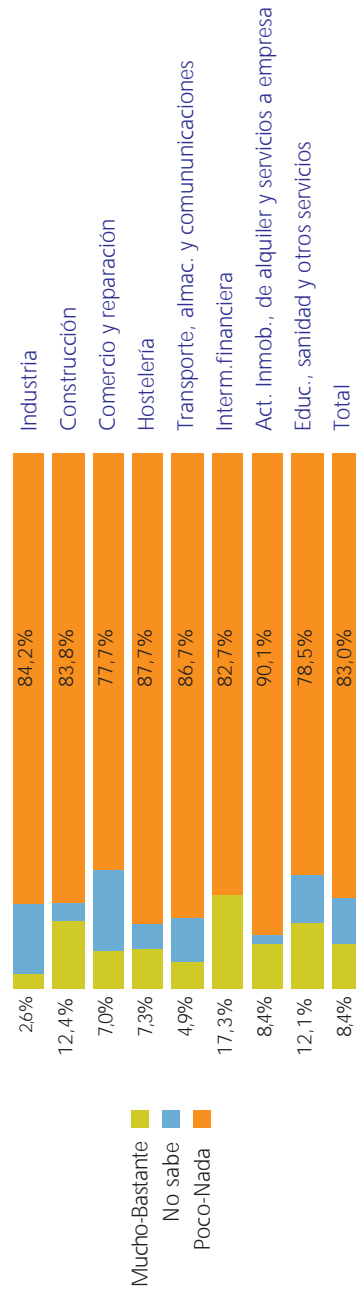
Tabla 9.11

Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	0,00	2,6%	14,3%	69,9%	13,2%	100,0%
Construcción	0,00	12,4%	7,7%	76,2%	3,8%	100,0%
Comercio y reparación	1,2%	5,8%	5,1%	72,6%	15,2%	100,0%
Hostelería	1,5%	5,8%	0,1%	87,6%	5,0%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,5%	2,3%	13,9%	72,9%	8,4%	100,0%
Intermediación financiera	0,00	17,3%	41,2%	41,5%	0,00	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,00	8,4%	5,5%	84,6%	1,6%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	2,5%	9,6%	9,5%	69,0%	9,4%	100,0%
Total	1,0%	7,4%	7,5%	75,5%	8,6%	100,0%

Gráfico 9.11

Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos





ANEXO III. PRÁCTICAS O CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

Tabla 9.12

Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	0,4%	12,4%	28,2%	51,2%	7,8%	100,0%
Construcción	0,0	8,9%	23,3%	65,3%	2,5%	100,0%
Comercio y reparación	0,6%	12,8%	19,3%	62,7%	4,7%	100,0%
Hostelería	0,0	9,8%	22,9%	67,3%	0,0	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	0,0	6,0%	23,0%	65,8%	5,2%	100,0%
Intermediación financiera	0,0	0,0	13,0%	87,0%	0,0	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,0	11,8%	19,8%	66,4%	2,0%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	0,2%	9,2%	25,6%	60,5%	4,5%	100,0%
Total	0,2%	10,5%	22,4%	63,2%	3,6%	100,0%

Gráfico 9.12

Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia

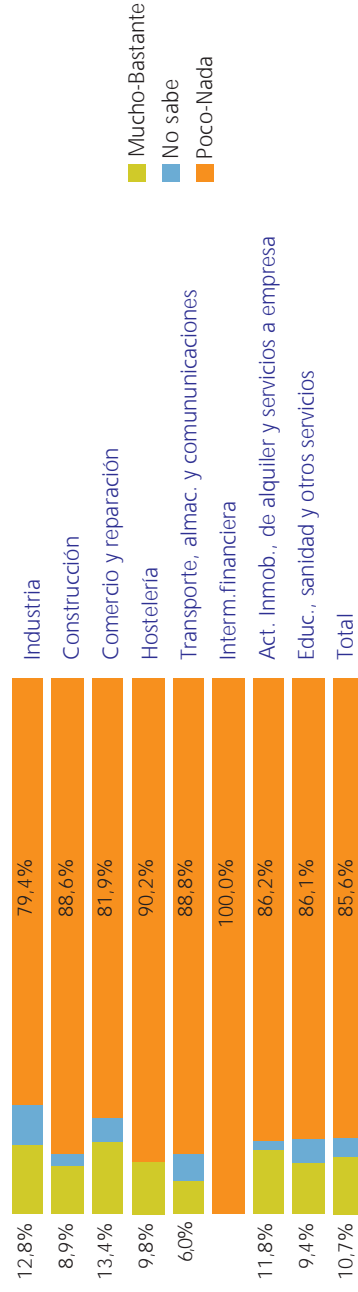


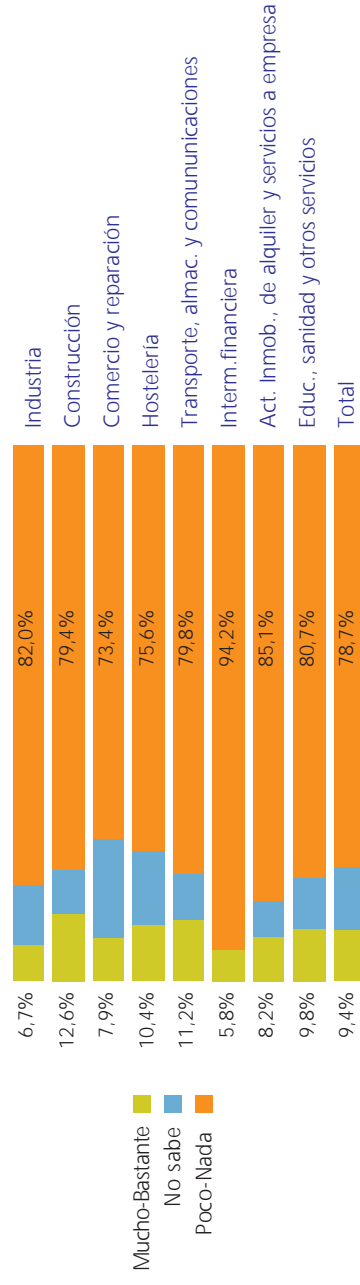
Tabla 9.13

Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	2,7%	4,0%	11,2%	70,8%	11,3%	100,0%
Construcción	2,1%	10,4%	10,5%	68,9%	8,0%	100,0%
Comercio y reparación	1,1%	6,8%	5,2%	68,3%	18,7%	100,0%
Hostelería	4,4%	5,9%	1,6%	73,9%	14,1%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,3%	8,8%	3,1%	76,7%	9,0%	100,0%
Intermediación financiera	5,8%	0,00	1,5%	92,7%	0,00	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,1%	8,1%	10,6%	74,5%	6,6%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	3,1%	6,7%	10,3%	70,3%	9,6%	100,0%
Total	2,1%	7,3%	7,5%	71,2%	11,9%	100,0%

Gráfico 9.13

Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos





ANEXO III. PRÁCTICAS O CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

Tabla 9.14

Frecuencia con que se percibe la existencia de empresas ilegales o no autorizadas

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	2,1%	12,8%	10,5%	56,2%	18,3%	100,0%
Construcción	8,2%	17,9%	17,3%	45,4%	11,1%	100,0%
Comercio y reparación	2,5%	12,6%	10,9%	59,5%	14,5%	100,0%
Hostelería	1,5%	11,8%	9,7%	61,0%	16,1%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	6,3%	25,2%	8,3%	51,3%	8,8%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	34,5%	0,0%	65,5%	0,0%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	1,3%	19,0%	6,2%	62,4%	11,1%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	5,3%	22,2%	6,2%	52,0%	14,3%	100,0%
Total	3,8%	16,6%	10,5%	55,7%	13,5%	100,0%

Gráfico 9.14

Frecuencia con que se percibe la existencia de empresas ilegales o no autorizadas

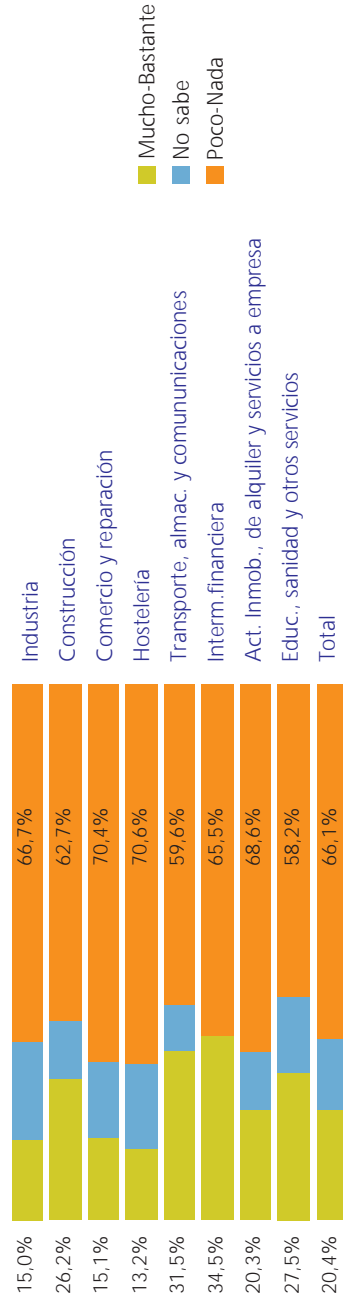


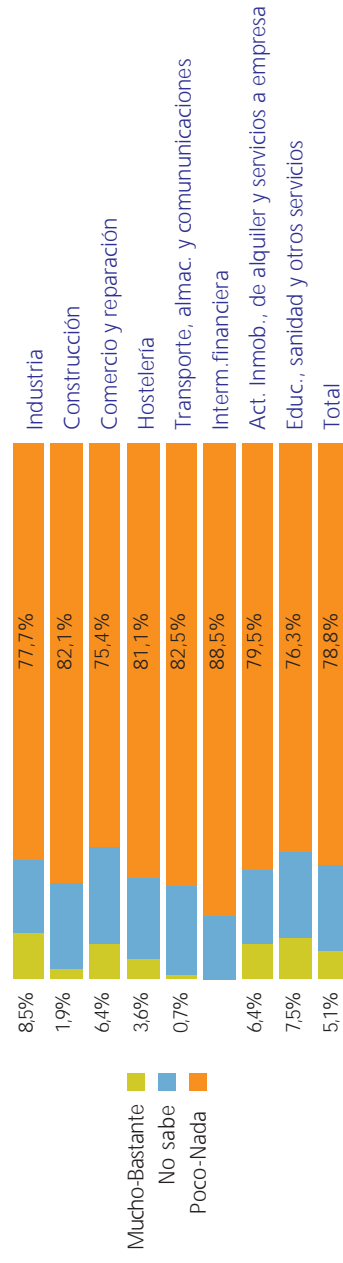
Tabla 9.15

Frecuencia con que se percibe la existencia de incumplimientos de patentes o falsificación de marcas

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	0,3%	8,3%	3,3%	74,4%	13,8%	100,0%
Construcción	0,00	1,9%	10,1%	71,9%	16,0%	100,0%
Comercio y reparación	1,2%	5,3%	3,9%	71,5%	18,2%	100,0%
Hostelería	1,5%	2,2%	1,1%	79,9%	15,3%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	0,00	0,7%	7,8%	74,7%	16,8%	100,0%
Intermediación financiera	0,00	0,00	0,00	88,5%	11,5%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,00	6,4%	2,9%	76,6%	14,1%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	0,00	7,5%	2,6%	73,6%	16,3%	100,0%
Total	0,5%	4,6%	4,6%	74,2%	16,1%	100,0%

Gráfico 9.15

Frecuencia con que se percibe la existencia de incumplimientos de patentes o falsificación de marcas



ANEXO III. PRÁCTICAS O CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

9.3 Análisis por tamaño empresarial

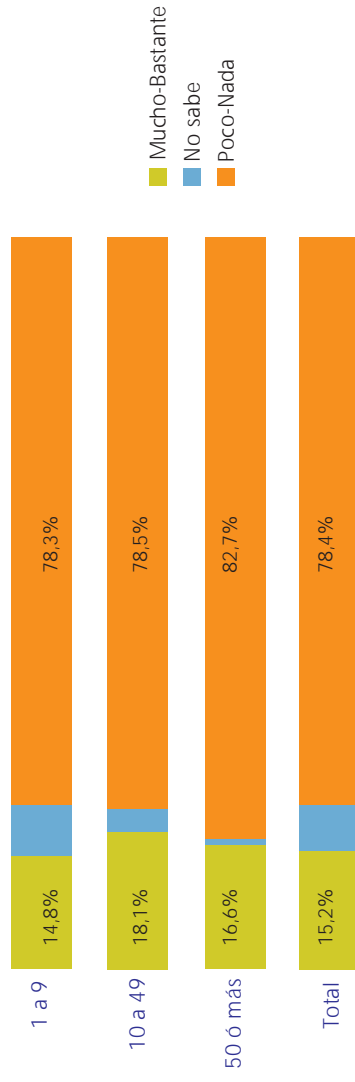
Tabla 9.16

Frecuencia con que se venden productos por debajo de su coste o de calidad inferior

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	3,8%	11,1%	15,7%	62,6%	6,9%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	2,0%	16,0%	23,3%	55,2%	3,4%	100,0%
50 ó más trabajadores	0,9%	15,7%	21,8%	60,9%	0,7%	100,0%
Total	3,6%	11,6%	16,5%	61,9%	6,5%	100,0%

Gráfico 9.16

Frecuencia con que se venden productos por debajo de su coste o de calidad inferior



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

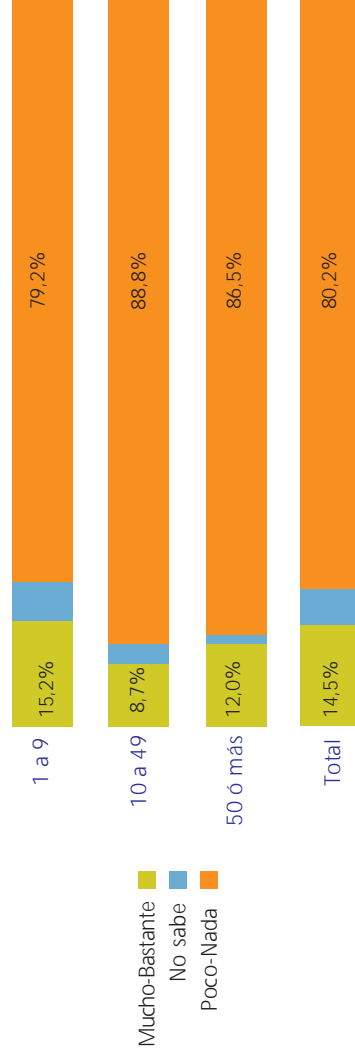
Tabla 9.17

Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	1,7%	13,4%	8,4%	70,9%	5,6%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	0,00	8,7%	15,9%	72,9%	2,5%	100,0%
50 ó más trabajadores	0,00	12,0%	12,7%	73,8%	1,5%	100,0%
Total	1,5%	13,0%	9,1%	71,1%	5,3%	100,0%

Gráfico 9.17

Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa



ANEXO III. PRÁCTICAS O CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

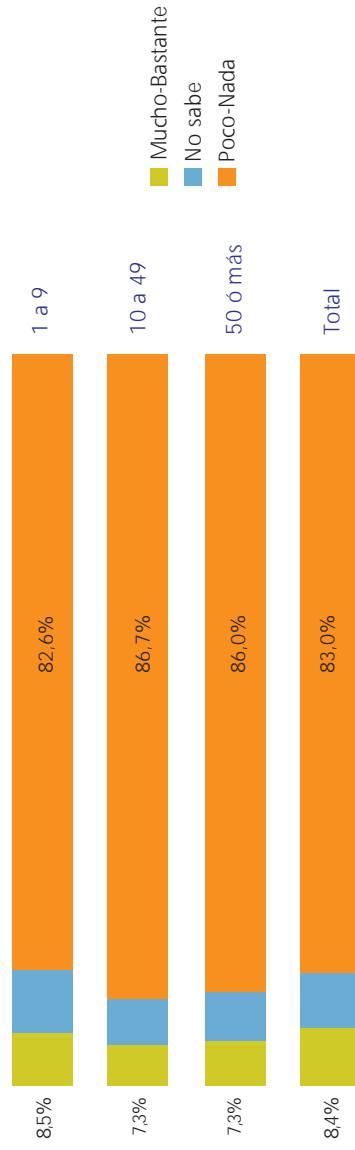
Tabla 9.18

Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	1,1%	7,4%	6,6%	76,0%	8,9%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	0,0%	7,3%	15,1%	71,5%	6,0%	100,0%
50 ó más trabajadores	0,0%	7,3%	15,6%	70,4%	6,7%	100,0%
Total	1,0%	7,4%	7,5%	75,5%	8,6%	100,0%

Gráfico 9.18

Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

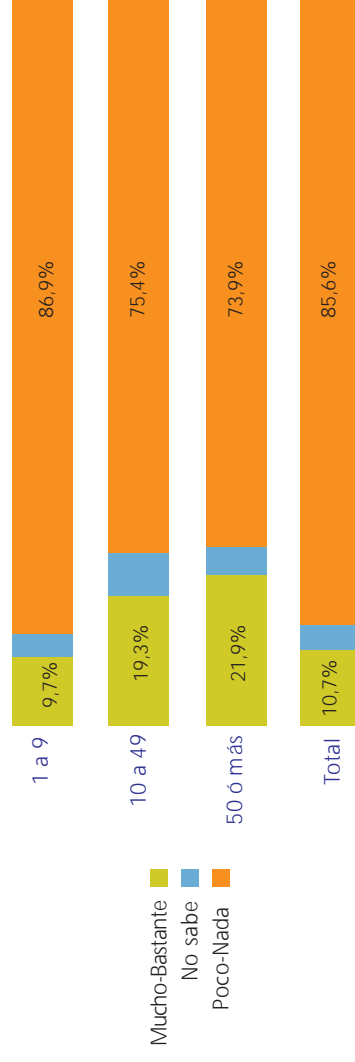
Tabla 9.19

Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	0,2%	9,5%	21,0%	65,9%	3,5%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	0,5%	18,8%	33,4%	42,0%	5,3%	100,0%
50 ó más trabajadores	1,0%	20,9%	41,6%	32,3%	4,2%	100,0%
Total	0,2%	10,5%	22,4%	63,2%	3,6%	100,0%

Gráfico 9.19

Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia





ANEXO III. PRÁCTICAS O CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

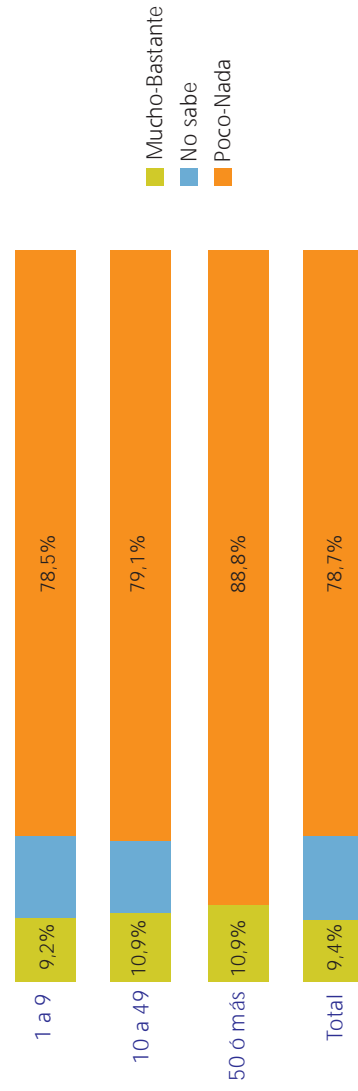
Tabla 9.20

Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	2,1%	7,2%	7,0%	71,4%	12,3%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	2,7%	8,1%	10,6%	68,5%	10,1%	100,0%
50 ó más trabajadores	1,5%	9,4%	15,4%	73,3%	0,3%	100,0%
Total	2,1%	7,3%	7,5%	71,2%	11,9%	100,0%

Gráfico 9.20

Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

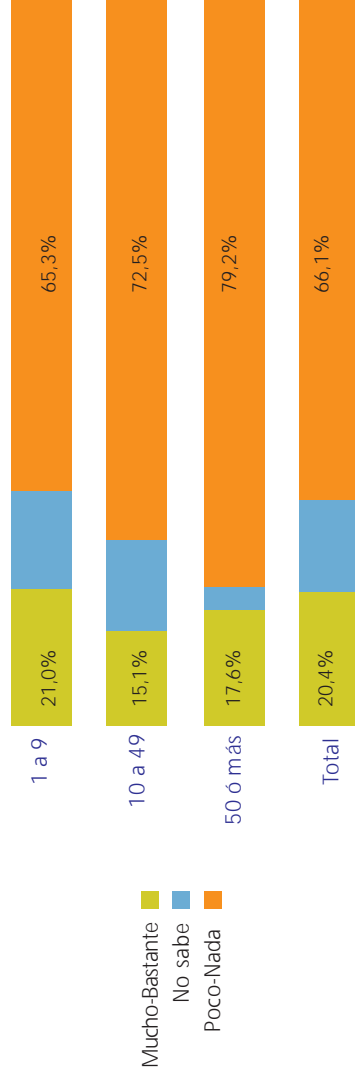
Tabla 9.21

Frecuencia con que se percibe la existencia de empresas ilegales o no autorizadas

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	4,1%	16,9%	10,1%	55,2%	13,7%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	1,4%	13,7%	12,8%	59,7%	12,4%	100,0%
50 ó más trabajadores	2,2%	15,4%	20,3%	58,9%	3,2%	100,0%
Total	3,8%	16,6%	10,5%	55,7%	13,5%	100,0%

Gráfico 9.21

Frecuencia con que se percibe la existencia de empresas ilegales o no autorizadas



ANEXO III. PRÁCTICAS O CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

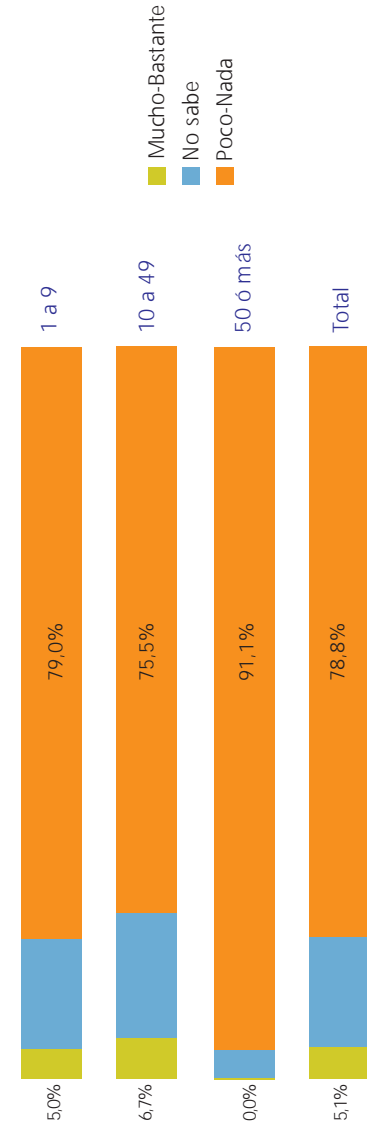
Tabla 9.22

Frecuencia con que se percibe la existencia de incumplimientos de patentes o falsificación de marcas

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	0,4%	4,6%	4,3%	74,6%	16,1%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	1,8%	5,0%	6,3%	69,2%	17,8%	100,0%
50 ó más trabajadores	0,0%	4,1%	10,4%	80,7%	4,8%	100,0%
Total	0,5%	4,6%	4,6%	74,2%	16,1%	100,0%

Gráfico 9.22

Frecuencia con que se percibe la existencia de incumplimientos de patentes o falsificación de marcas





Anexo IV. Acuerdos entre empresas

P.2 En su sector (o mercado), ¿con qué frecuencia se producen acuerdos entre empresas para

- Fijar precios u otras condiciones comerciales.
- Limitar la producción, la distribución o el desarrollo técnico.
- Repartirse el mercado o los proveedores.



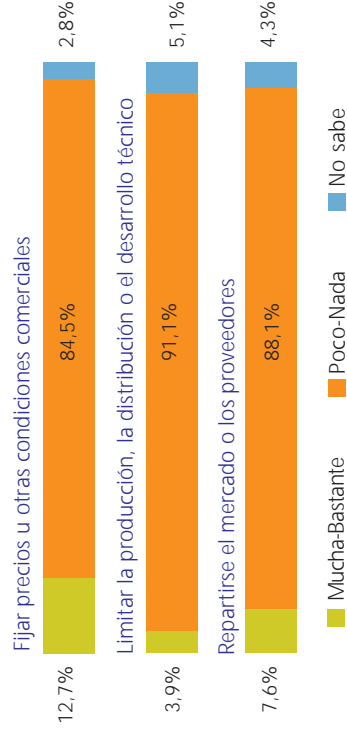
Tabla 10.1

Frecuencia con que se percibe la existencia de acuerdos entre empresas para llevar a cabo determinadas prácticas

Prácticas	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe
Fijar precios u otras condiciones comerciales.	2,3%	10,4%	10,3%	74,2%	2,8%
Limitar la producción, la distribución o el desarrollo técnico.	0,7%	3,1%	5,4%	85,7%	5,1%
Repartirse el mercado o los proveedores.	1,7%	5,9%	4,7%	83,4%	4,3%

Gráfico 10.1

Frecuencia con que con que se percibe la existencia de acuerdos entre empresas para llevar a cabo determinadas prácticas





ANEXO IV. ACUERDOS ENTRE EMPRESAS

10.1 Análisis provincial

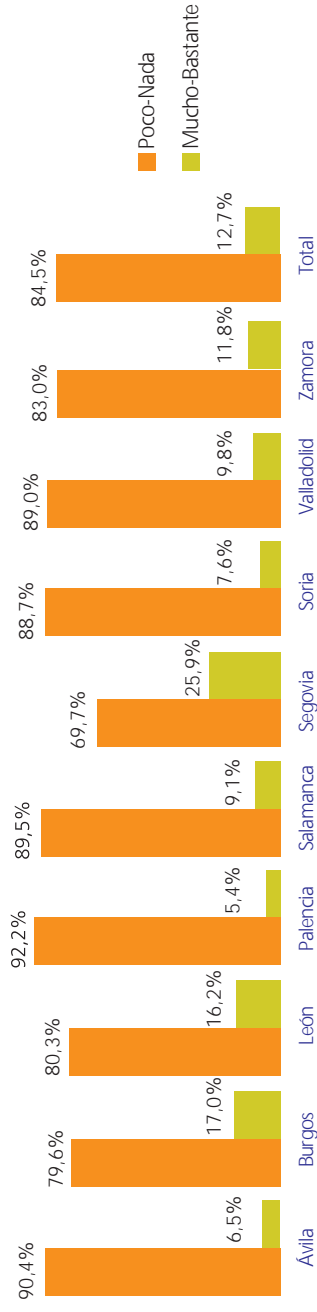
Tabla 10.2

Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	2,7%	3,8%	3,7%	86,8%	3,1%	100,0%
Burgos	2,5%	14,4%	10,6%	69,0%	3,4%	100,0%
León	4,3%	11,9%	12,1%	68,2%	3,5%	100,0%
Palencia	3,0%	2,3%	21,9%	70,3%	2,4%	100,0%
Salamanca	0,0%	9,1%	9,4%	80,2%	1,3%	100,0%
Segovia	4,0%	21,9%	8,9%	60,8%	4,3%	100,0%
Soria	2,2%	5,4%	9,4%	79,3%	3,7%	100,0%
Valladolid	0,9%	8,9%	7,3%	81,7%	1,2%	100,0%
Zamora	2,6%	9,2%	12,8%	70,2%	5,3%	100,0%
Total	2,3%	10,4%	10,3%	74,2%	2,8%	100,0%

Gráfico 10.2

Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

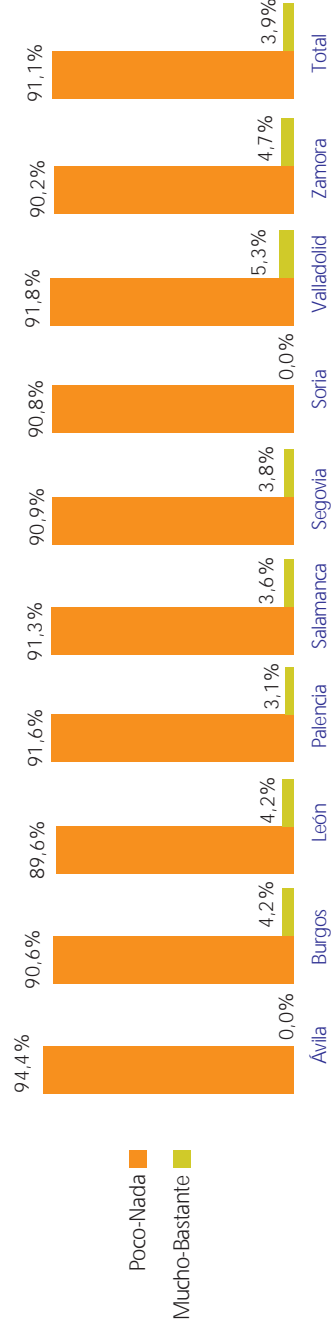
Tabla 10.3

Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	0,0%	0,0%	0,1%	94,3%	5,6%	100,0%
Burgos	0,9%	3,3%	2,4%	88,2%	5,1%	100,0%
León	1,0%	3,2%	9,4%	80,1%	6,2%	100,0%
Palencia	0,0%	3,1%	11,6%	80,0%	5,3%	100,0%
Salamanca	0,0%	3,6%	3,3%	87,9%	5,1%	100,0%
Segovia	1,5%	2,3%	9,9%	81,0%	5,3%	100,0%
Soria	0,0%	0,0%	5,9%	85,0%	9,2%	100,0%
Valladolid	1,5%	3,8%	4,9%	86,9%	2,9%	100,0%
Zamora	0,0%	4,7%	0,0%	90,2%	5,1%	100,0%
Total	0,7%	3,1%	5,4%	85,7%	5,1%	100,0%

Gráfico 10.3

Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico





ANEXO IV. ACUERDOS ENTRE EMPRESAS

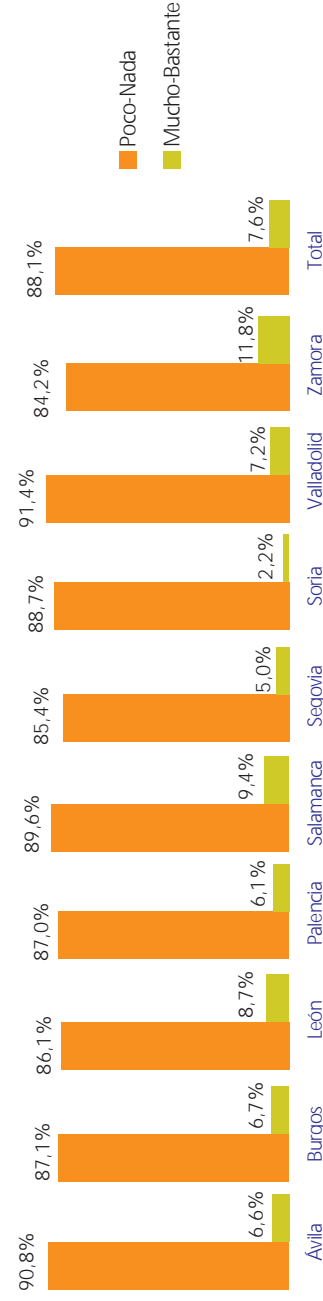
Tabla 10.4

Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	5,1%	1,5%	0,0%	90,8%	2,6%	100,0%
Burgos	0,9%	5,7%	1,5%	85,5%	6,3%	100,0%
León	2,4%	6,3%	6,8%	79,3%	5,3%	100,0%
Palencia	3,0%	3,1%	9,7%	77,3%	6,9%	100,0%
Salamanca	1,3%	8,1%	6,2%	83,4%	1,0%	100,0%
Segovia	0,0%	5,0%	7,8%	77,6%	9,6%	100,0%
Soria	2,2%	0,0%	0,0%	88,7%	9,2%	100,0%
Valladolid	1,6%	5,6%	4,6%	86,8%	1,4%	100,0%
Zamora	0,0%	11,8%	2,1%	82,1%	4,1%	100,0%
Total	1,7%	5,9%	4,7%	83,4%	4,3%	100,0%

Gráfico 10.4

Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores



10.2 Análisis sectorial

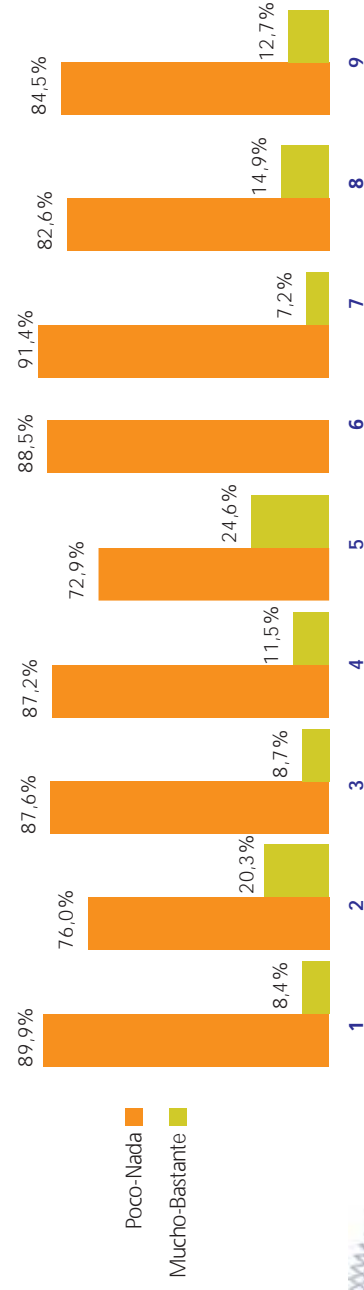
Tabla 10.5

Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1. Industria	1,0%	7,4%	11,1%	78,9%	1,7%	100,0%
2. Construcción	4,1%	16,2%	9,4%	66,6%	3,7%	100,0%
3. Comercio y reparación	2,5%	6,1%	12,4%	75,1%	3,7%	100,0%
4. Hostelería	1,7%	9,7%	9,4%	77,8%	1,3%	100,0%
5. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,9%	21,7%	12,5%	60,4%	2,5%	100,0%
6. Intermediación financiera	0,0%	0,0%	0,0%	88,5%	11,5%	100,0%
7. Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,5%	6,7%	9,2%	82,2%	1,3%	100,0%
8. Educación, sanidad y otros servicios	2,6%	12,3%	8,2%	74,5%	2,4%	100,0%
9. Total	2,3%	10,4%	10,3%	74,2%	2,8%	100,0%

Gráfico 10.5

Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales





ANEXO IV. ACUERDOS ENTRE EMPRESAS

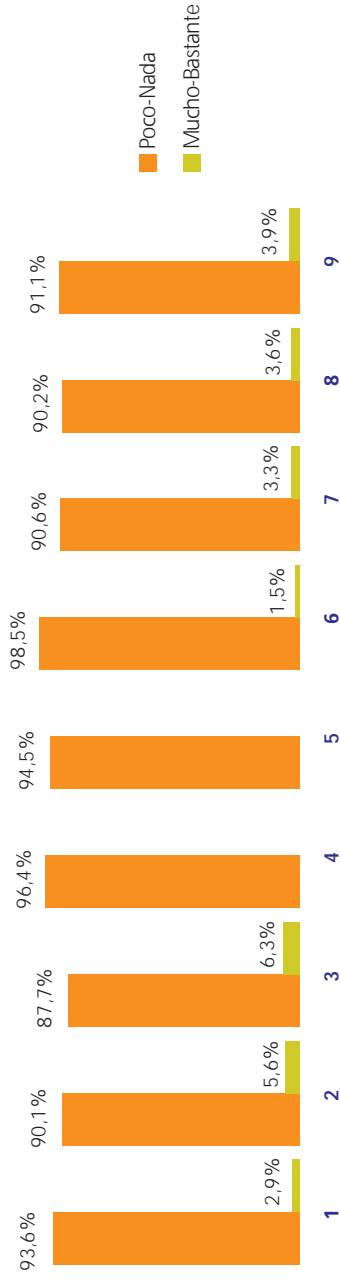
Tabla 10.6

Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1. Industria	1,0%	1,9%	3,5%	90,1%	3,5%	100,0%
2. Construcción	1,1%	4,5%	8,0%	82,1%	4,3%	100,0%
3. Comercio y reparación	1,1%	5,1%	3,4%	84,4%	6,0%	100,0%
4. Hostelería	0,0%	0,0%	7,0%	89,4%	3,6%	100,0%
5. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	0,0%	0,0%	5,6%	88,9%	5,5%	100,0%
6. Intermediación financiera	0,0%	1,5%	0,0%	98,5%	0,0%	100,0%
7. Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,0%	3,3%	6,9%	83,7%	6,1%	100,0%
8. Educación, sanidad y otros servicios	1,2%	2,4%	4,4%	85,9%	6,2%	100,0%
9. Total	0,7%	3,1%	5,4%	85,7%	5,1%	100,0%

Gráfico 10.6

Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

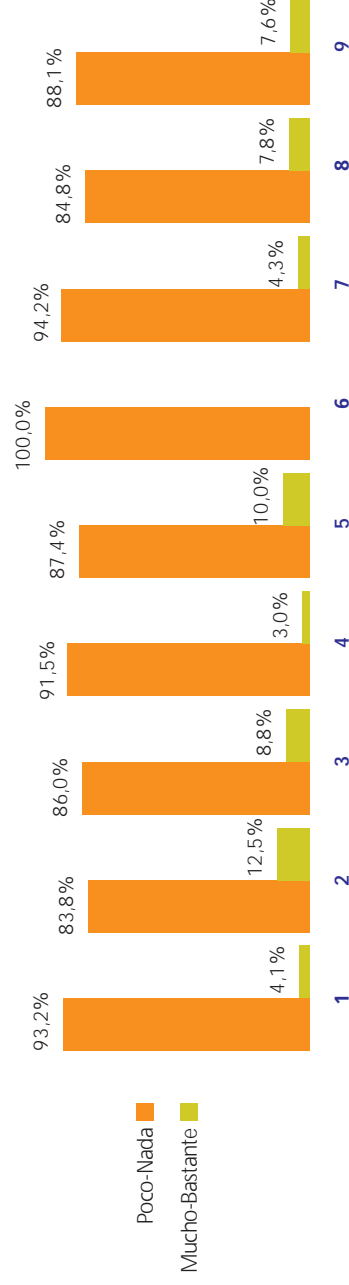
Tabla 10.7

Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1. Industria	0,0%	4,1%	7,0%	86,3%	2,7%	100,0%
2. Construcción	3,0%	9,5%	5,3%	78,5%	3,7%	100,0%
3. Comercio y reparación	2,5%	6,3%	3,2%	82,8%	5,2%	100,0%
4. Hostelería	0,0%	3,0%	4,6%	86,9%	5,5%	100,0%
5. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,9%	7,1%	6,3%	81,1%	2,7%	100,0%
6. Intermediación financiera	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
7. Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,0%	4,3%	6,2%	87,9%	1,5%	100,0%
8. Educación, sanidad y otros servicios	2,6%	5,2%	3,1%	81,6%	7,5%	100,0%
9. Total	1,7%	5,9%	4,7%	83,4%	4,3%	100,0%

Gráfico 10.7

Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores



10.3 Análisis por tamaño empresarial

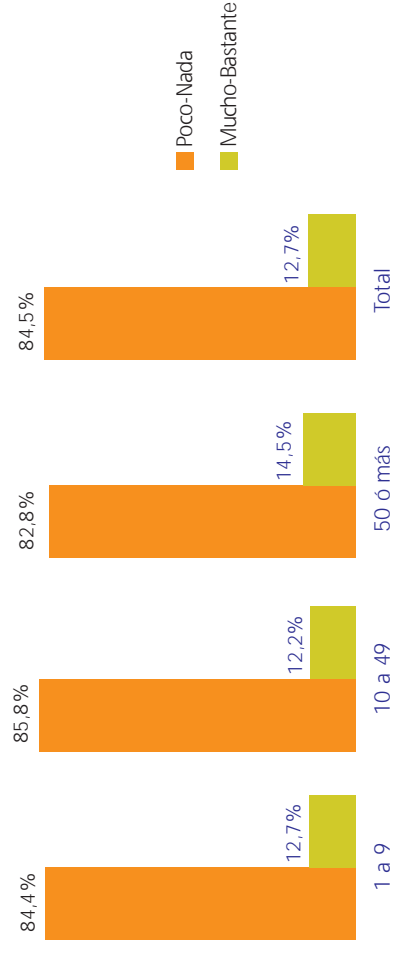
Tabla 10.8

Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	2,3%	10,4%	9,4%	75,0%	2,9%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	2,8%	9,4%	18,1%	67,8%	1,9%	100,0%
50 ó más trabajadores	0,9%	13,5%	14,9%	67,9%	2,7%	100,0%
Total	2,3%	10,4%	10,3%	74,2%	2,8%	100,0%

Gráfico 10.8

Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

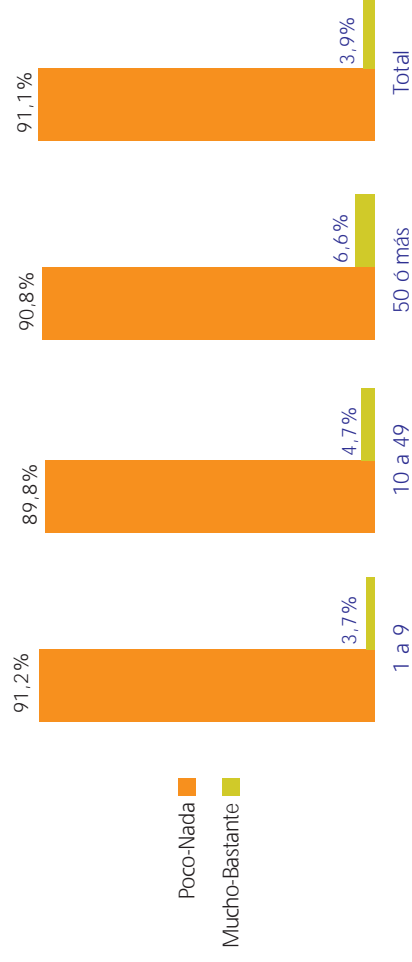
Tabla 10.9

Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	0,8%	2,9%	4,9%	86,3%	5,1%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	0,0%	4,7%	10,1%	79,7%	5,5%	100,0%
50 ó más trabajadores	0,0%	6,6%	6,5%	84,3%	2,7%	100,0%
Total	0,7%	3,1%	5,4%	85,7%	5,1%	100,0%

Gráfico 10.9

Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico



ANEXO IV. ACUERDOS ENTRE EMPRESAS

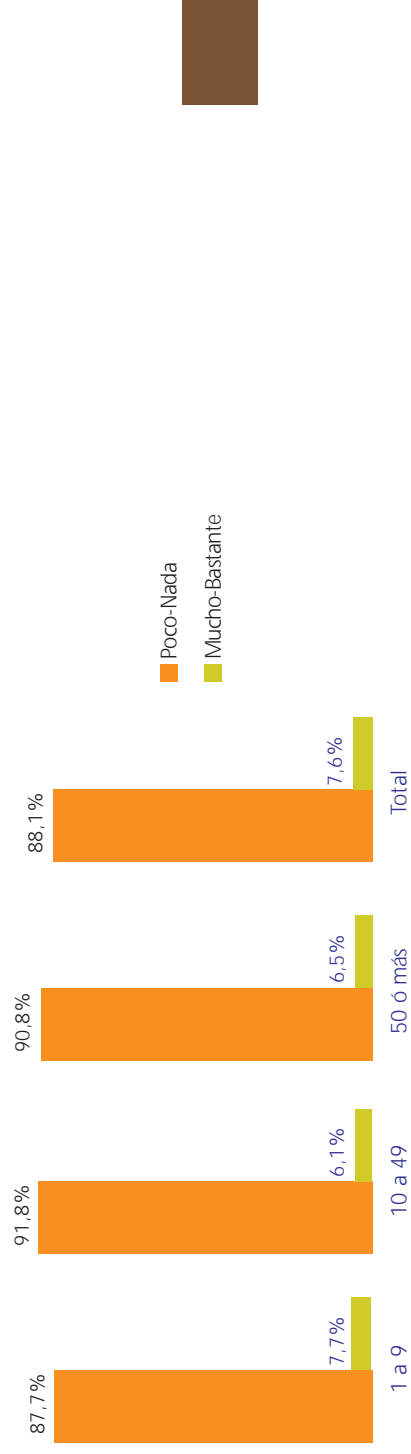
Tabla 10.10

Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	1,7%	6,0%	4,0%	83,7%	4,6%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	1,9%	4,2%	11,6%	80,2%	2,1%	100,0%
50 ó más trabajadores	0,0%	6,5%	2,3%	88,5%	2,7%	100,0%
Total	1,7%	5,9%	4,7%	83,4%	4,3%	100,0%

Gráfico 10.10

Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores





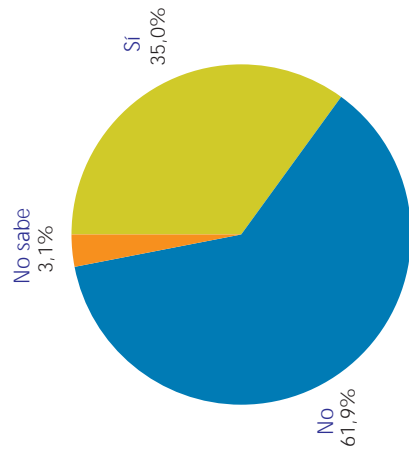
Anexo V. Situaciones de posición dominante

P.3 En su sector (o mercado), ¿existe alguna empresa con posición dominante?

En el presente estudio se realizó una encuesta a las empresas que forman parte del sector de la construcción en el departamento de Boyacá, con el fin de determinar si existe alguna empresa con posición dominante en el mercado.

Gráfico 11.1

Grado en que se percibe la existencia de empresas con posición dominante



P.4 ¿Con qué frecuencia esa empresa incurre en las siguientes conductas?

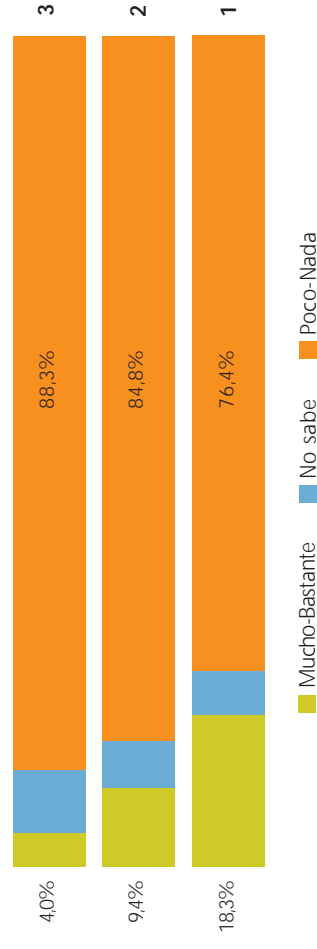
Tabla 11.1

Frecuencia con que se percibe que las empresas dominantes realizan determinadas prácticas

Prácticas	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe
1. Imposición, de forma directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales	7,5%	10,8%	3,0%	73,5%	5,3%
2. Limitación de la producción, distribución o el desarrollo técnico	2,1%	7,3%	2,6%	82,1%	5,8%
3. Negativa injustificada a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios	1,1%	2,9%	3,2%	85,1%	7,7%

Gráfico 11.2

Prácticas observadas a las empresas con posición dominante

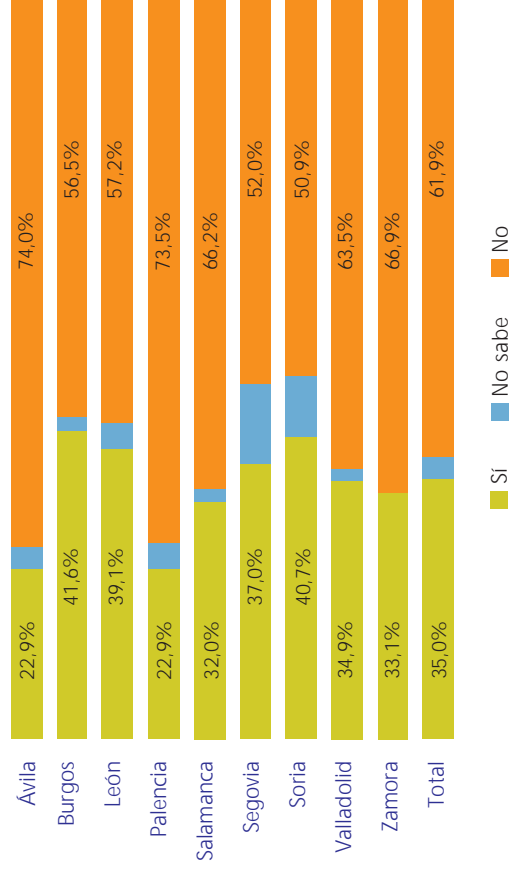




ANEXO V. SITUACIONES DE POSICIÓN DOMINANTE

11.1 Análisis provincial

Gráfico 11.3
Existencia de empresas dominantes



■ Sí ■ No sabe ■ No



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

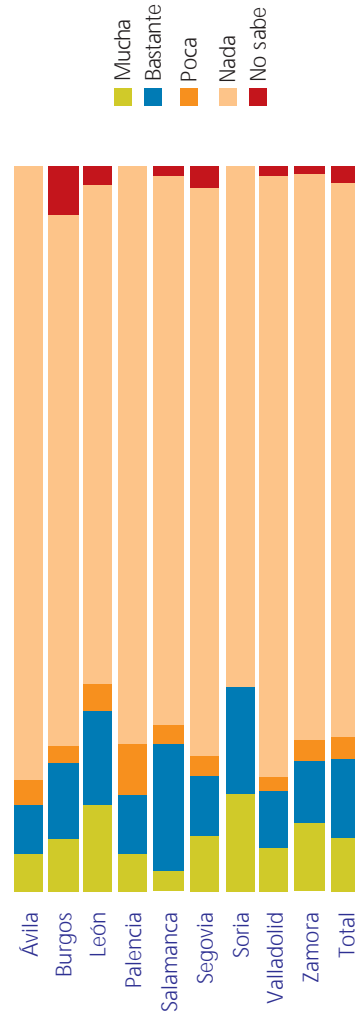
Tabla 11.2

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	5,2%	6,8%	3,3%	84,7%	0,0%	100,0%
Burgos	7,2%	10,7%	2,3%	73,1%	6,7%	100,0%
León	12,0%	12,8%	3,9%	68,9%	2,4%	100,0%
Palencia	5,2%	8,1%	6,9%	79,8%	0,0%	100,0%
Salamanca	2,8%	17,4%	2,8%	75,7%	1,3%	100,0%
Segovia	7,6%	8,4%	2,7%	78,5%	2,8%	100,0%
Soria	13,4%	14,8%	0,0%	71,8%	0,0%	100,0%
Valladolid	6,0%	7,8%	2,0%	82,9%	1,3%	100,0%
Zamora	9,5%	8,4%	2,9%	78,2%	1,0%	100,0%
Total	7,5%	10,8%	3,0%	76,5%	2,2%	100,0%

Gráfico 11.4

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales



ANEXO V. SITUACIONES DE POSICIÓN DOMINANTE

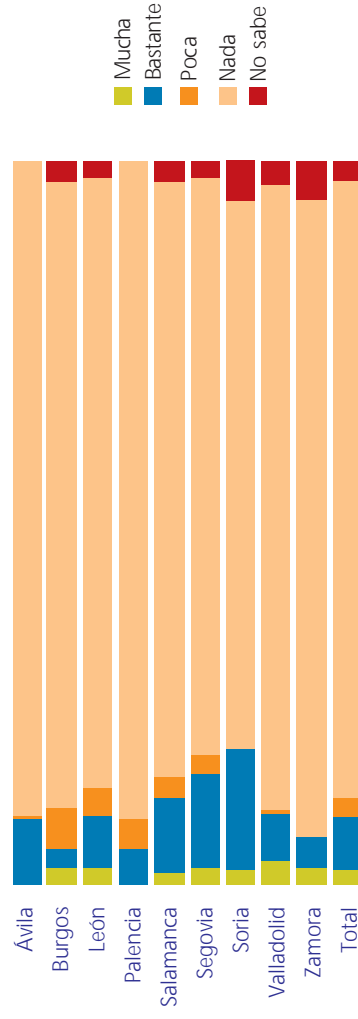
Tabla 11.3

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	0,0%	9,1%	0,3%	90,6%	0,0%	100,0%
Burgos	2,3%	2,5%	5,7%	86,5%	3,0%	100,0%
León	2,3%	7,2%	3,9%	84,2%	2,4%	100,0%
Palencia	0,0%	5,1%	4,0%	90,9%	0,0%	100,0%
Salamanca	1,7%	10,3%	3,0%	82,1%	3,0%	100,0%
Segovia	2,4%	13,0%	2,7%	79,7%	2,3%	100,0%
Soria	2,2%	16,7%	0,0%	75,5%	5,7%	100,0%
Valladolid	3,4%	6,4%	0,6%	86,4%	3,3%	100,0%
Zamora	2,2%	4,4%	0,0%	87,9%	5,5%	100,0%
Total	2,1%	7,3%	2,6%	85,2%	2,7%	100,0%

Gráfico 11.5

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

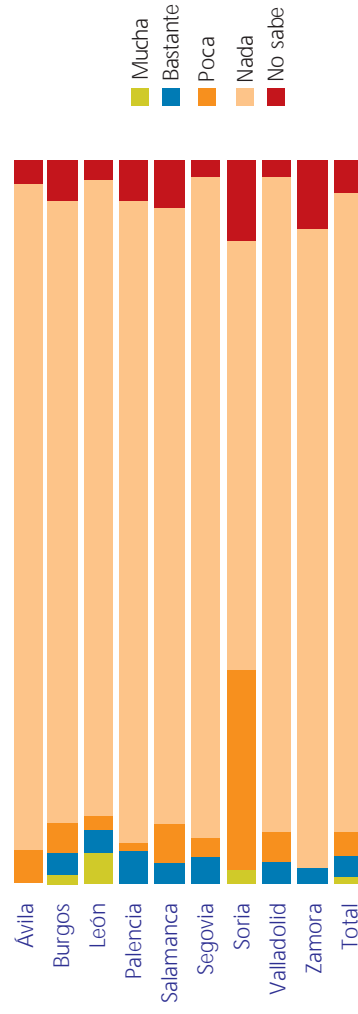
Tabla 11.4

Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	0,0%	0,1%	4,6%	92,0%	3,3%	100,0%
Burgos	1,1%	3,3%	4,1%	85,7%	5,7%	100,0%
León	4,3%	3,3%	2,1%	87,6%	2,8%	100,0%
Palencia	0,0%	4,6%	1,1%	88,6%	5,6%	100,0%
Salamanca	0,0%	2,8%	5,3%	85,1%	6,7%	100,0%
Segovia	0,0%	3,8%	2,7%	91,2%	2,3%	100,0%
Soria	2,2%	0,0%	27,5%	59,3%	11,1%	100,0%
Valladolid	0,0%	3,2%	4,1%	90,5%	2,2%	100,0%
Zamora	0,0%	2,2%	0,0%	88,2%	9,6%	100,0%
Total	1,1%	2,9%	3,2%	88,2%	4,6%	100,0%

Gráfico 11.6

Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios



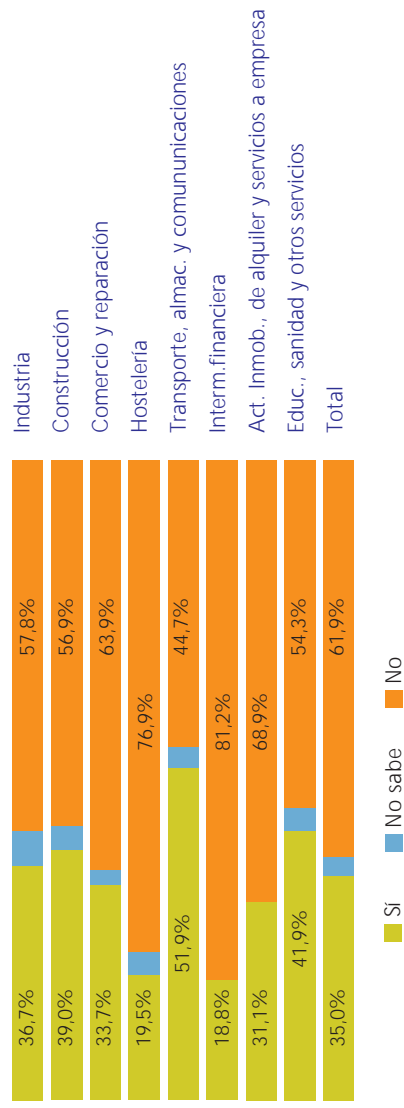


ANEXO V. SITUACIONES DE POSICIÓN DOMINANTE

11.2 Análisis sectorial

Gráfico 11.7

Existencia de empresas dominantes



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

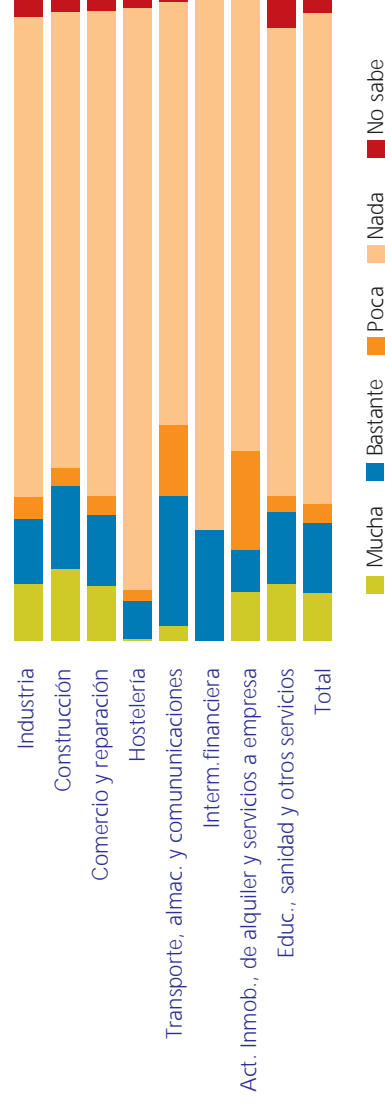
Tabla 11.5

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	8,9%	10,1%	3,5%	74,6%	2,9%	100,0%
Construcción	11,3%	12,8%	2,8%	71,0%	2,1%	100,0%
Comercio y reparación	8,5%	11,0%	3,1%	75,4%	2,0%	100,0%
Hostelería	0,2%	6,1%	1,7%	90,5%	1,5%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,3%	20,3%	11,0%	65,9%	0,6%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	17,3%	0,0%	82,7%	0,0%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	7,5%	6,7%	15,3%	70,4%	0,0%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	8,9%	11,1%	2,6%	72,7%	4,6%	100,0%
Total	7,5%	10,8%	3,0%	76,5%	2,2%	100,0%

Gráfico 11.8

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales





ANEXO V. SITUACIONES DE POSICIÓN DOMINANTE

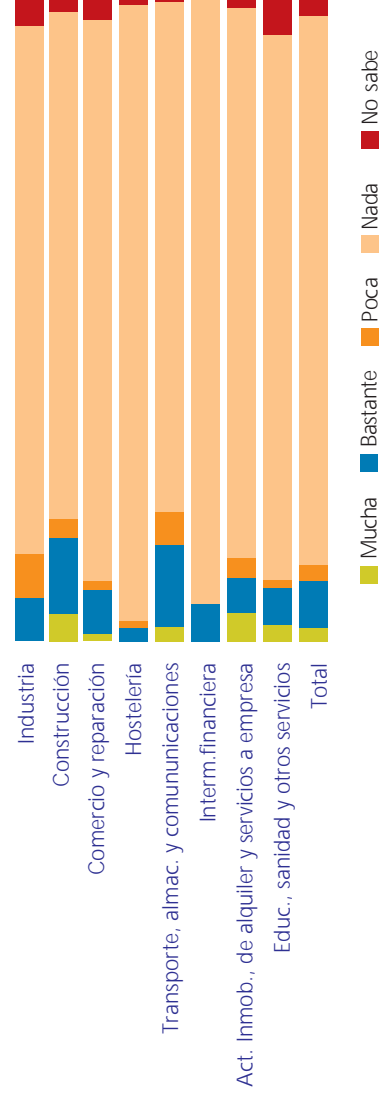
Tabla 11.6

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	0,0%	6,8%	6,8%	82,0%	4,4%	100,0%
Construcción	4,3%	11,9%	2,8%	78,9%	2,1%	100,0%
Comercio y reparación	1,2%	6,8%	1,5%	87,2%	3,3%	100,0%
Hostelería	0,0%	2,2%	1,1%	95,7%	1,1%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,3%	12,9%	5,0%	79,3%	0,6%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	5,8%	0,0%	94,2%	0,0%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	4,4%	5,5%	3,1%	85,5%	1,5%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	2,6%	5,7%	1,4%	84,8%	5,6%	100,0%
Total	2,1%	7,3%	2,6%	85,2%	2,7%	100,0%

Gráfico 11.9

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

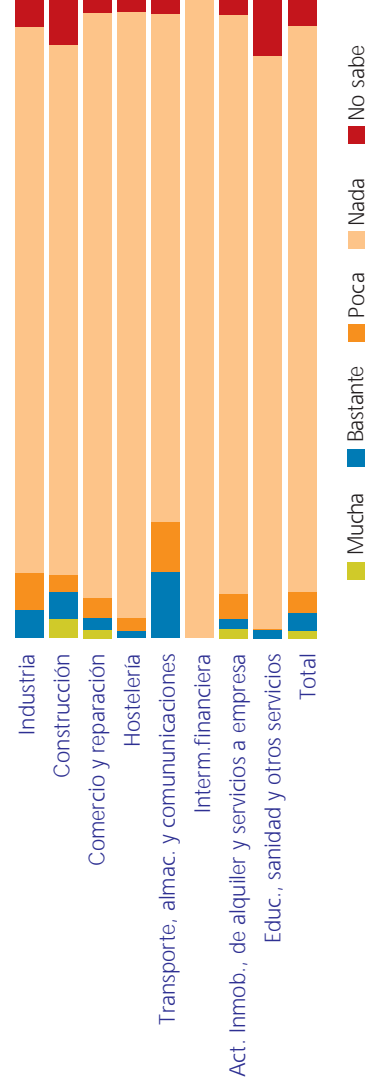
Tabla 11.7

Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	0,0%	4,5%	5,6%	85,1%	4,7%	100,0%
Construcción	3,1%	4,2%	2,6%	82,6%	7,6%	100,0%
Comercio y reparación	1,3%	1,9%	3,1%	91,1%	2,6%	100,0%
Hostelería	0,0%	1,1%	2,2%	94,3%	2,5%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	0,0%	10,4%	7,8%	79,0%	2,9%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	1,5%	1,5%	4,0%	90,1%	3,0%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	0,0%	1,3%	0,2%	89,2%	9,3%	100,0%
Total	1,1%	2,9%	3,2%	88,2%	4,6%	100,0%

Gráfico 11.10

Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios



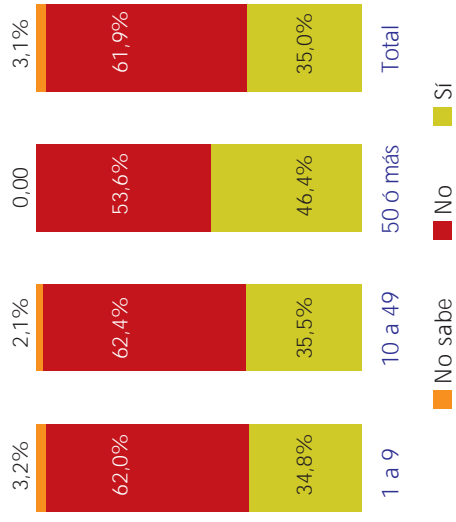


ANEXO V. SITUACIONES DE POSICIÓN DOMINANTE

11.3 Análisis por tamaño empresarial

Gráfico 11.11

Existencia de empresas dominantes



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

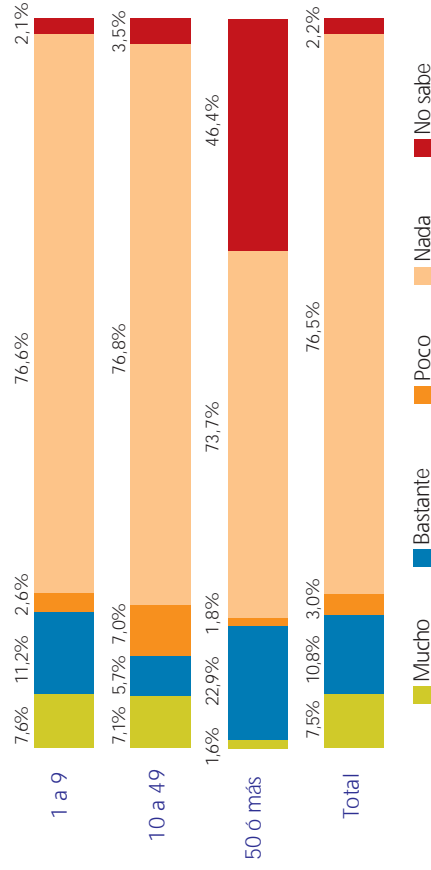
Tabla 11.8

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	7,6%	11,2%	2,6%	76,6%	2,1%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	7,1%	5,7%	7,0%	76,8%	3,5%	100,0%
50 ó más trabajadores	1,6%	22,9%	1,8%	73,7%	46,4%	100,0%
Total	7,5%	10,8%	3,0%	76,5%	2,2%	100,0%

Gráfico 11.12

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales





ANEXO V. SITUACIONES DE POSICIÓN DOMINANTE

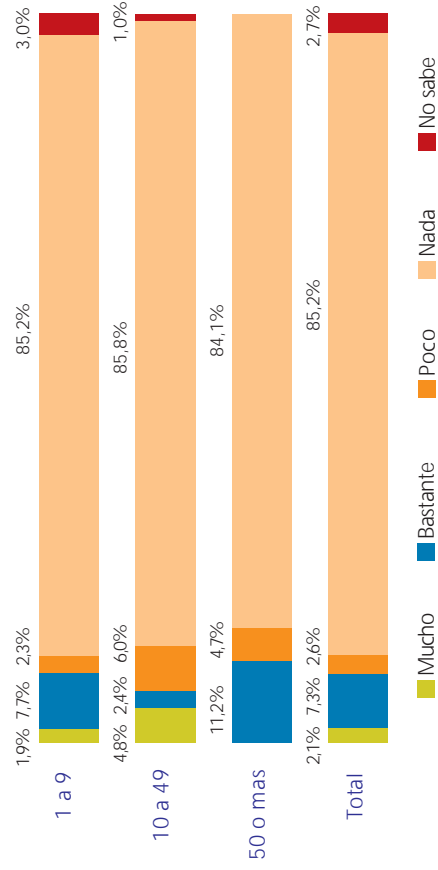
Tabla 11.9

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	1,9%	7,7%	2,3%	85,2%	3,0%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	4,8%	2,4%	6,0%	85,8%	1,0%	100,0%
50 ó más trabajadores	0,0%	11,2%	4,7%	84,1%	0,0%	100,0%
Total	2,1%	7,3%	2,6%	85,2%	2,7%	100,0%

Gráfico 11.13

Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Tabla 11.10

Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	1,0%	3,1%	2,9%	88,1%	4,9%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	1,9%	1,1%	6,4%	88,5%	2,1%	100,0%
50 ó más trabajadores	0,0%	3,8%	4,0%	92,2%	0,0%	100,0%
Total	1,1%	2,9%	3,2%	88,2%	4,6%	100,0%

Gráfico 11.14

Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios





Anexo VI. Efecto de las conductas anticompetitivas

P.5 En términos generales, las siguientes conductas ¿en qué medida afectan a su negocio o limitan la entrada en el mercado de potenciales competidores?

- Los acuerdos entre empresas.
- Los abusos de posición dominante de una empresa.
- Las actuaciones de las administraciones públicas.
- Otras prácticas.

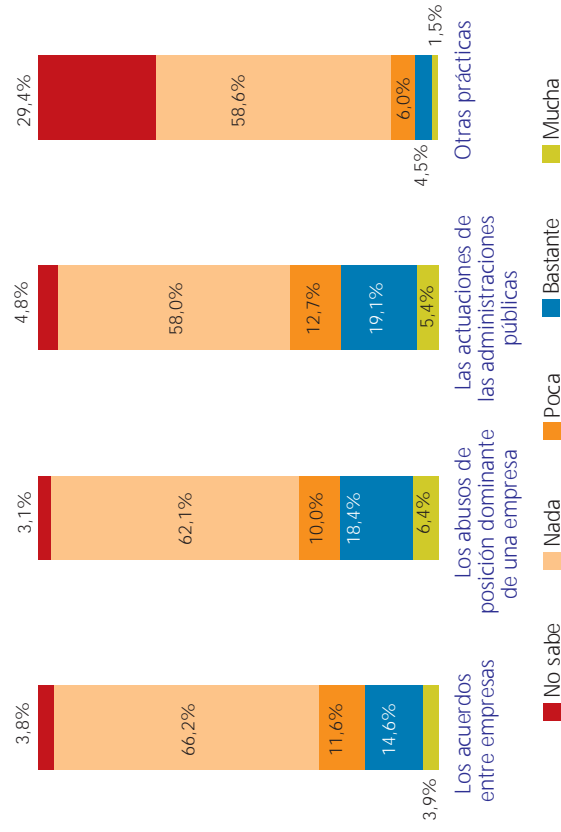


La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Tabla 12.1
Grado en que las empresas se ven afectadas por las prácticas anticompetitivas

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Los acuerdos entre empresas	3,9%	14,6%	11,6%	66,2%	3,8%	100,0%
Los abusos de posición dominante de una empresa	6,4%	18,4%	10,0%	62,1%	3,1%	100,0%
Las actuaciones de las administraciones públicas	5,4%	19,1%	12,7%	58,0%	4,8%	100,0%
Otras prácticas	1,5%	4,5%	6,0%	58,6%	29,4%	100,0%

Gráfico 12.1
Grado en que las empresas se ven afectadas por las prácticas anticompetitivas





ANEXO VI. EFECTO DE LAS CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

12.1 Análisis provincial

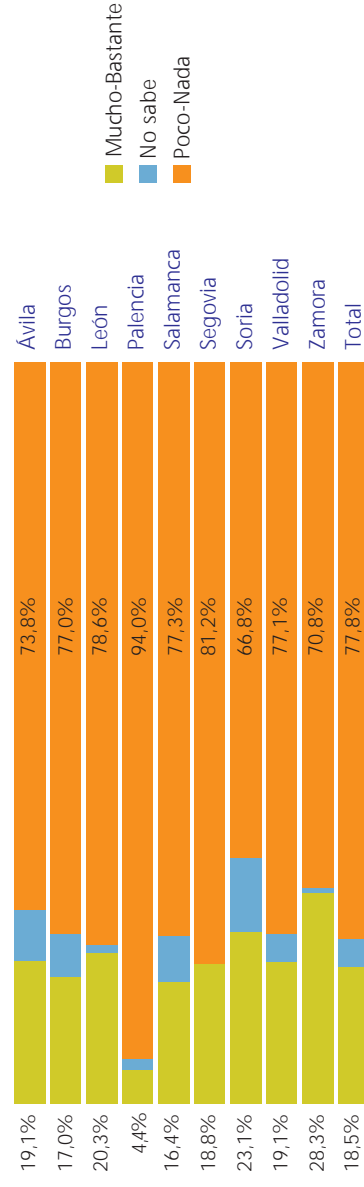
Tabla 12.2

Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	5,1%	14,0%	3,4%	70,5%	7,0%	100,0%
Burgos	2,2%	14,7%	7,3%	69,7%	6,0%	100,0%
León	4,0%	16,3%	15,4%	63,2%	1,1%	100,0%
Palencia	0,3%	4,1%	14,9%	79,1%	1,6%	100,0%
Salamanca	2,1%	14,3%	11,9%	65,4%	6,3%	100,0%
Segovia	10,2%	8,6%	14,5%	66,8%	0,00	100,0%
Soria	2,2%	20,9%	7,5%	59,4%	10,1%	100,0%
Valladolid	3,9%	15,1%	10,7%	66,4%	3,8%	100,0%
Zamora	7,3%	21,1%	15,6%	55,2%	0,9%	100,0%
Total	3,9%	14,6%	11,6%	66,2%	3,8%	100,0%

Gráfico 12.2

Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

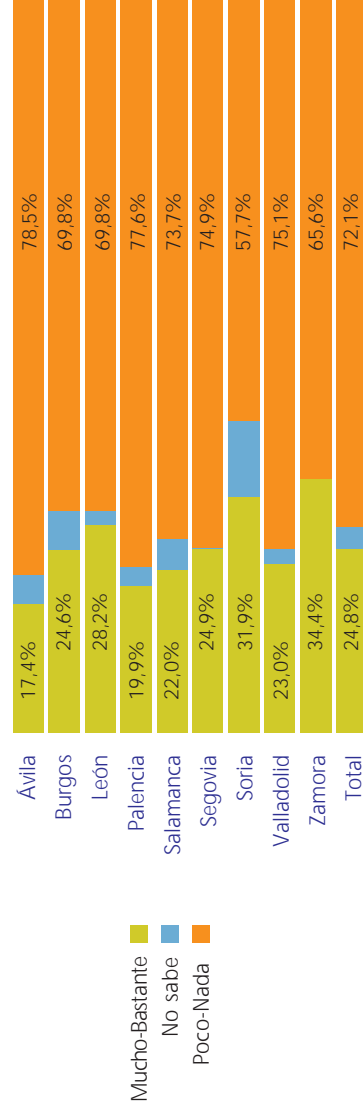
Tabla 12.3

Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	3,7%	13,7%	1,3%	77,1%	4,2%	100,0%
Burgos	5,2%	19,4%	4,3%	65,5%	5,6%	100,0%
León	6,7%	21,5%	12,2%	57,6%	2,0%	100,0%
Palencia	4,0%	16,0%	11,6%	66,0%	2,5%	100,0%
Salamanca	5,0%	17,0%	15,6%	58,1%	4,3%	100,0%
Segovia	9,9%	15,0%	14,5%	60,4%	0,2%	100,0%
Soria	2,2%	29,8%	9,3%	48,4%	10,3%	100,0%
Valladolid	8,4%	14,6%	10,3%	64,8%	1,9%	100,0%
Zamora	8,4%	26,0%	7,2%	58,4%	0,00	100,0%
Total	6,4%	18,4%	10,0%	62,1%	3,1%	100,0%

Gráfico 12.3

Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante





ANEXO VI. EFECTO DE LAS CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

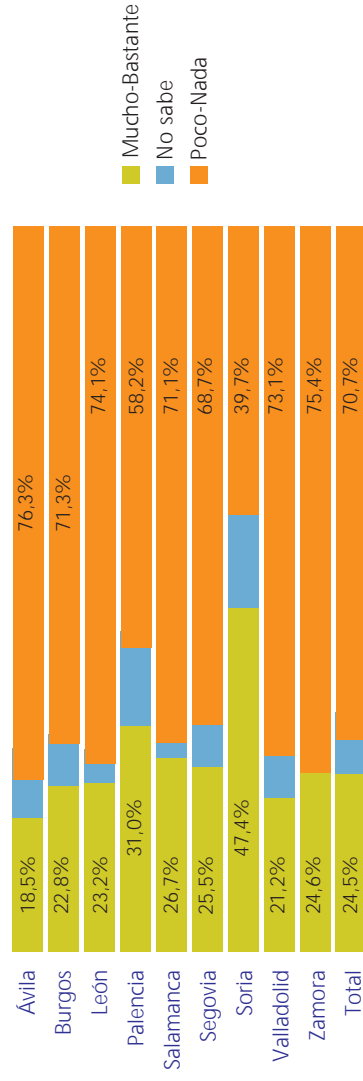
Tabla 12.4

Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las administraciones públicas

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	6,4%	12,1%	2,8%	73,5%	5,1%	100,0%
Burgos	2,6%	20,2%	14,2%	57,2%	5,9%	100,0%
León	4,5%	18,7%	11,3%	62,8%	2,7%	100,0%
Palencia	8,7%	22,3%	11,0%	47,3%	10,8%	100,0%
Salamanca	4,3%	22,4%	17,6%	53,6%	2,2%	100,0%
Segovia	6,8%	18,7%	16,2%	52,5%	5,8%	100,0%
Soria	7,7%	39,7%	11,7%	28,0%	12,9%	100,0%
Valladolid	4,8%	16,4%	12,7%	60,4%	5,7%	100,0%
Zamora	11,4%	13,2%	11,6%	63,7%	0,00	100,0%
Total	5,4%	19,1%	12,7%	58,0%	4,8%	100,0%

Gráfico 12.4

Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las administraciones públicas



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

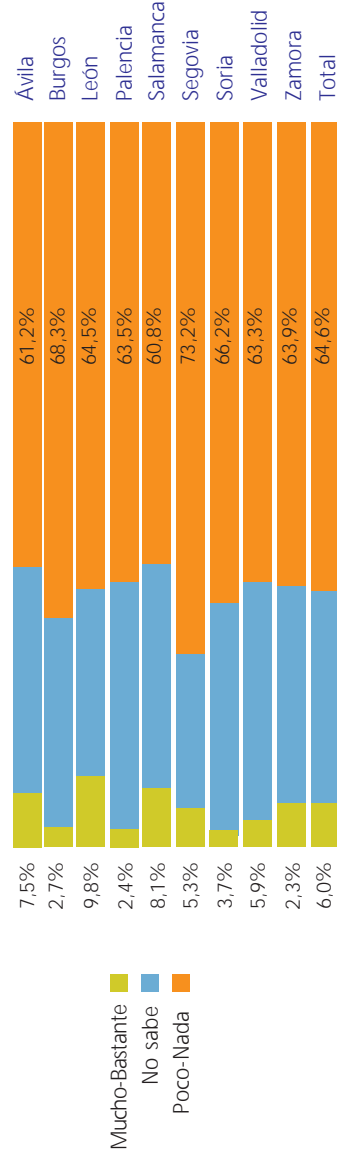
Tabla 12.5

Grado en que las empresas se ven afectadas otras prácticas

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	2,6%	5,0%	0,1%	61,1%	31,3%	100,0%
Burgos	0,3%	2,4%	6,6%	61,7%	29,0%	100,0%
León	4,0%	5,8%	5,8%	58,7%	25,8%	100,0%
Palencia	0,0%	2,4%	6,6%	56,8%	34,2%	100,0%
Salamanca	1,6%	6,5%	9,3%	51,5%	31,1%	100,0%
Segovia	1,5%	3,8%	8,8%	64,4%	21,5%	100,0%
Soria	0,0%	3,7%	5,9%	60,2%	30,1%	100,0%
Valladolid	0,0%	5,9%	4,9%	58,4%	30,8%	100,0%
Zamora	2,3%	0,0%	4,2%	59,7%	33,8%	100,0%
Total	1,5%	4,5%	6,0%	58,6%	29,4%	100,0%

Gráfico 12.5

Grado en que las empresas se ven afectadas otras prácticas





ANEXO VI. EFECTO DE LAS CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

12.2 Análisis sectorial

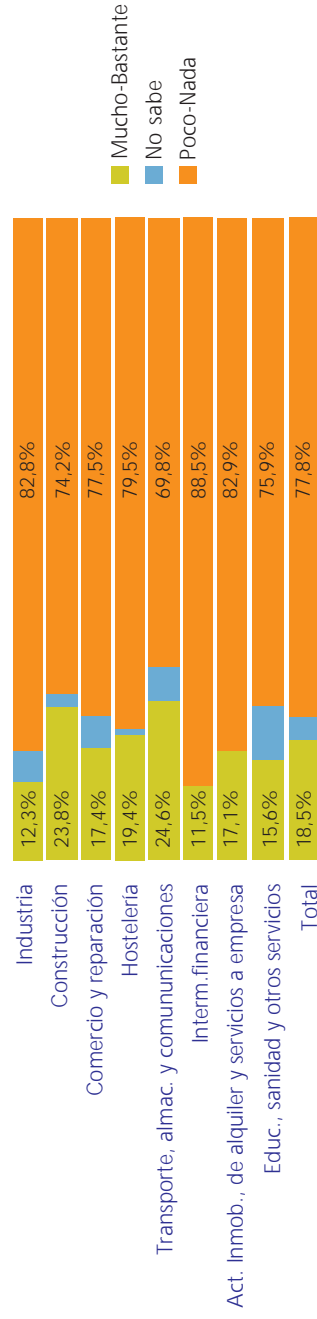
Tabla 12.6

Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	2,3%	10,0%	20,8%	62,1%	4,9%	100,0%
Construcción	5,4%	18,4%	9,0%	65,2%	2,0%	100,0%
Comercio y reparación	3,4%	14,1%	10,8%	66,7%	5,1%	100,0%
Hostelería	4,7%	14,7%	7,5%	72,0%	1,1%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	4,8%	19,8%	25,1%	44,6%	5,6%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	11,5%	1,5%	87,0%	0,0%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,5%	16,5%	6,0%	76,9%	0,0%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	6,5%	9,0%	12,4%	63,5%	8,6%	100,0%
Total	3,9%	14,6%	11,6%	66,2%	3,8%	100,0%

Gráfico 12.6

Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

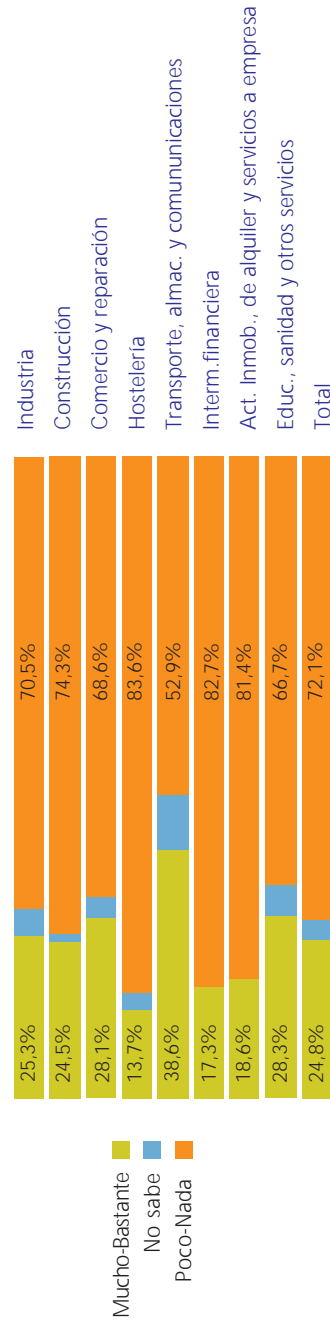
Tabla 12.7

Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	5,6%	19,6%	18,1%	52,4%	4,3%	100,0%
Construcción	9,2%	15,3%	8,9%	65,4%	1,2%	100,0%
Comercio y reparación	5,4%	22,7%	12,6%	56,0%	3,3%	100,0%
Hostelería	3,2%	10,5%	6,4%	77,2%	2,7%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	7,6%	31,0%	9,1%	43,8%	8,5%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	17,3%	1,5%	81,2%	0,0%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	3,4%	15,2%	7,1%	74,3%	0,0%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	11,3%	17,0%	7,1%	59,6%	5,1%	100,0%
Total	6,4%	18,4%	10,0%	62,1%	3,1%	100,0%

Gráfico 12.7

Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante



ANEXO VI. EFECTO DE LAS CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

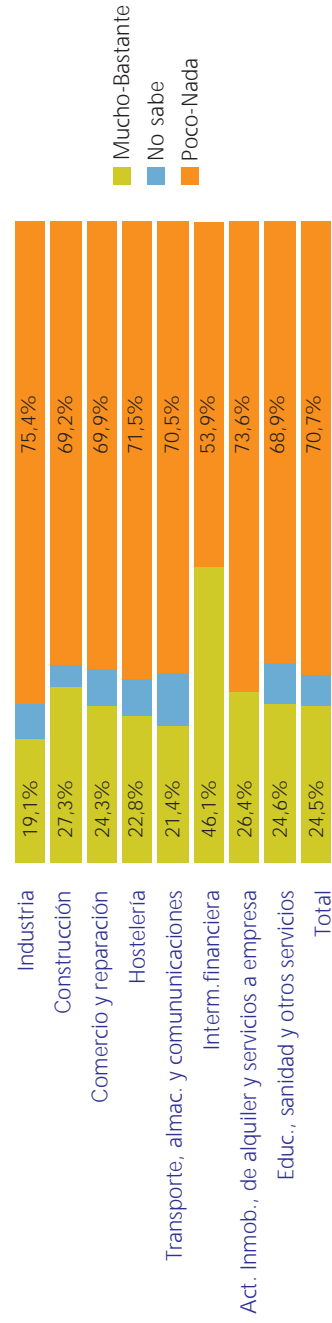
Tabla 12.8

Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las administraciones públicas

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	3,2%	15,9%	16,4%	59,0%	5,5%	100,0%
Construcción	9,1%	18,2%	11,9%	57,2%	3,5%	100,0%
Comercio y reparación	4,6%	19,7%	10,6%	59,3%	5,8%	100,0%
Hostelería	6,3%	16,5%	19,3%	52,1%	5,7%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,3%	19,1%	14,6%	55,9%	8,1%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	46,1%	1,5%	52,5%	0,0%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	1,8%	24,6%	12,3%	61,3%	0,0%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	8,2%	16,4%	8,8%	60,1%	6,5%	100,0%
Total	5,4%	19,1%	12,7%	58,0%	4,8%	100,0%

Gráfico 12.8

Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las administraciones públicas



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

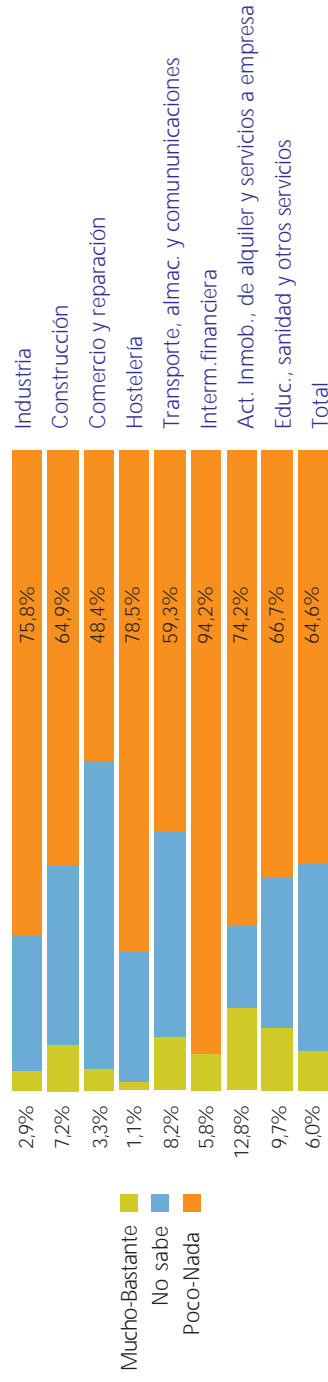
Tabla 12.9

Grado en que las empresas se ven afectadas por otras prácticas

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	1,9%	1,0%	11,3%	64,5%	21,3%	100,0%
Construcción	1,1%	6,1%	10,4%	54,5%	27,9%	100,0%
Comercio y reparación	2,3%	1,0%	2,4%	46,1%	48,3%	100,0%
Hostelería	0,0%	1,1%	7,1%	71,4%	20,4%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	0,0%	8,2%	5,6%	53,7%	32,5%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	5,8%	0,0%	94,2%	0,0%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,0%	12,8%	4,5%	69,7%	13,0%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	4,0%	5,7%	3,7%	63,0%	23,6%	100,0%
Total	1,5%	4,5%	6,0%	58,6%	29,4%	100,0%

Gráfico 12.9

Grado en que las empresas se ven afectadas por otras prácticas





ANEXO VI. EFECTO DE LAS CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

12.3 Análisis por tamaño de empresas

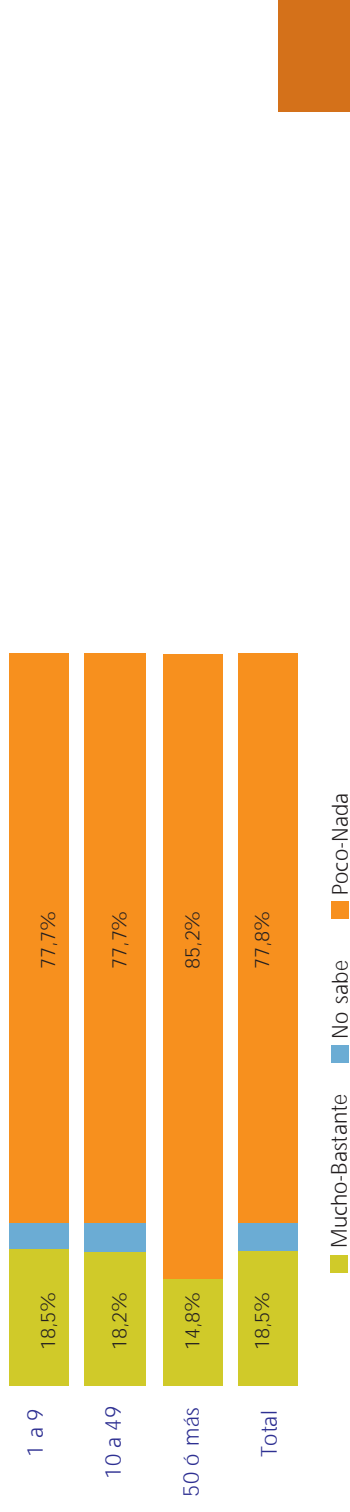
Tabla 12.10

Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	4,0%	14,6%	10,6%	67,0%	3,8%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	3,4%	14,8%	20,0%	57,7%	4,2%	100,0%
50 ó más trabajadores	2,0%	12,7%	15,9%	69,3%	0,00	100,0%
Total	3,9%	14,6%	11,6%	66,2%	3,8%	100,0%

Gráfico 12.10

Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

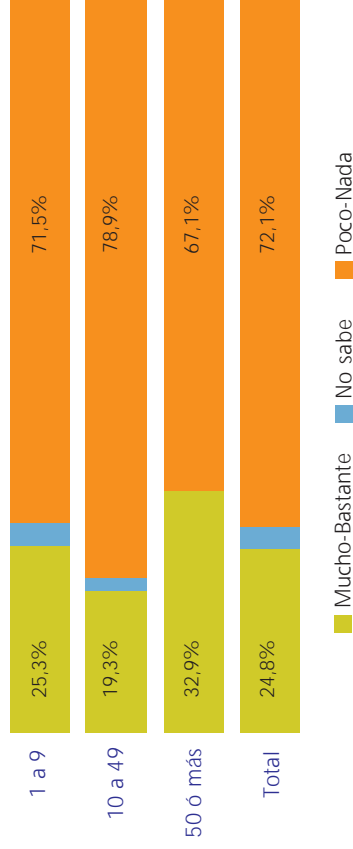
Tabla 12.11

Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	6,4%	18,8%	9,2%	62,3%	3,2%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	6,0%	13,3%	18,0%	60,9%	1,8%	100,0%
50 ó más trabajadores	6,9%	26,0%	11,8%	55,3%	0,00	100,0%
Total	6,4%	18,4%	10,0%	62,1%	3,1%	100,0%

Gráfico 12.11

Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante



ANEXO VI. EFECTO DE LAS CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

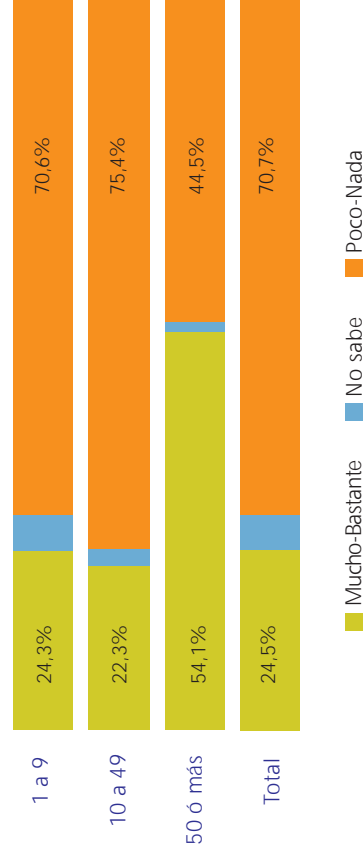
Tabla 12.12

Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las Administraciones Públicas

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	5,2%	19,2%	11,9%	58,7%	5,1%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	6,6%	15,7%	19,0%	56,3%	2,4%	100,0%
50 ó más trabajadores	13,3%	40,8%	21,5%	23,0%	1,4%	100,0%
Total	5,4%	19,1%	12,7%	58,0%	4,8%	100,0%

Gráfico 12.12

Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las Administraciones Públicas



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

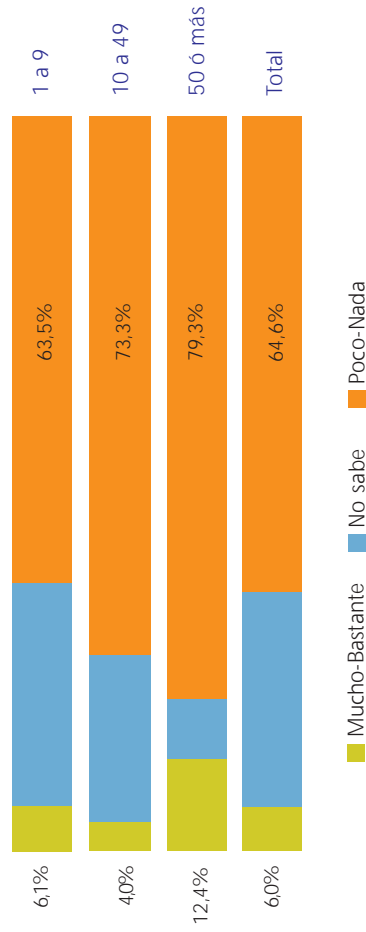
Tabla 12.13

Grado en que las empresas se ven afectadas por otras prácticas

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
De 1 a 9 trabajadores	1,6%	4,6%	4,8%	58,8%	30,3%	100,0%
De 10 a 49 trabajadores	0,9%	3,0%	16,5%	56,8%	22,7%	100,0%
50 ó más trabajadores	0,3%	12,1%	17,1%	62,1%	8,3%	100,0%
Total	1,5%	4,5%	6,0%	58,6%	29,4%	100,0%

Gráfico 12.13

Grado en que las empresas se ven afectadas por otras prácticas





Anexo VII. Valoración general

P.6 Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta qué punto en su sector (o mercado) se dan

- A. Prácticas o conductas restrictivas que limitan de la competencia.
- B. Barreras de entrada de nuevas empresas.



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Tabla 13.1

Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta qué punto en su sector (o mercado) se dan las siguientes prácticas

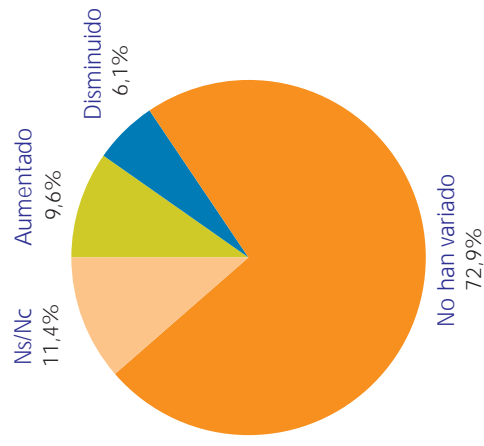
Escala	Prácticas o conductas restrictivas que limitan la competencia	Barreras de entrada de nuevas empresas
1	41,9%	54,6%
2	4,6%	5,5%
3	9,5%	7,2%
4	6,8%	3,9%
5	15,1%	6,9%
6	5,8%	4,1%
7	4,7%	4,1%
8	3,6%	4,2%
9	0,5%	1,5%
10	1,3%	1,2%
No sabe	6,2%	6,9%
Media	3,0%	2,5%



ANEXO VII. VALORACIÓN GENERAL

P.7 En general, durante los últimos 12 meses, en su sector (o mercado), las conductas anteriores han aumentado, disminuido o no han variado

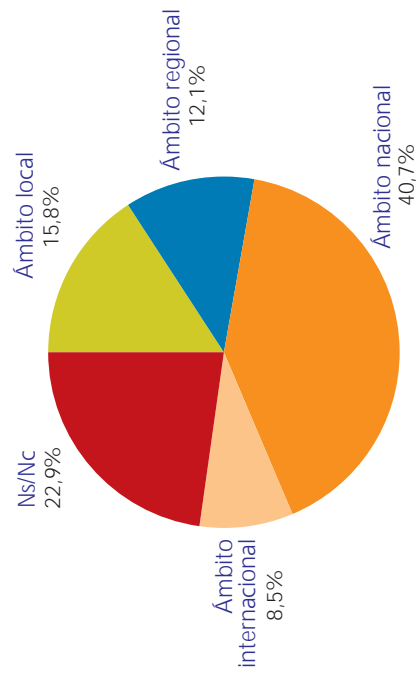
Gráfico 13.1
Evolución de las prácticas anticompetitivas en los últimos 12 meses



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

P.8 En su opinión, ¿cuál es el tipo de empresa que practica más frecuentemente estas conductas?
Ámbito local, regional, nacional o internacional

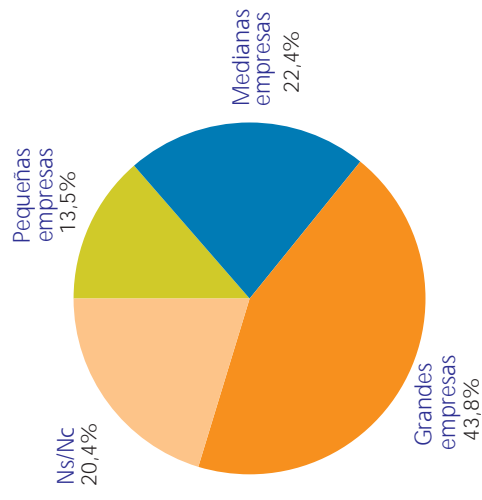
Gráfico 13.2
Ámbito de actuación de las empresas que practican conductas anticompetitivas





P.9 En su opinión, ¿cuál es el tamaño de empresa que practica más frecuentemente estas conductas? Pequeñas, medianas o grandes

Gráfico 13.3
Tamaño de las empresas que practican conductas anticompetitivas



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

13.1 Análisis provincial

Tabla 13.2

Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta qué punto en su sector (o mercado) se dan prácticas o conductas restrictivas que limitan la competencia

Provincias	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ns	Media
Ávila	36,5%	3,9%	11,5%	4,5%	20,5%	0,1%	5,1%	1,1%	0,0%	2,6%	14,2%	2,7
Burgos	46,9%	4,7%	7,0%	8,0%	11,5%	6,6%	5,1%	1,5%	0,0%	2,3%	6,3%	2,8
León	35,8%	2,3%	11,2%	7,7%	20,9%	8,4%	2,8%	3,6%	0,0%	0,0%	7,3%	3,1
Palencia	38,3%	6,6%	11,8%	9,9%	20,0%	1,9%	0,4%	3,0%	0,0%	2,0%	6,1%	2,9
Salamanca	46,0%	6,4%	7,5%	6,3%	12,6%	10,3%	2,4%	4,6%	1,1%	0,8%	2,0%	3,0
Segovia	53,1%	5,0%	4,1%	6,4%	5,5%	2,3%	8,9%	7,5%	0,0%	0,0%	7,2%	2,7
Soria	37,4%	2,8%	10,3%	5,8%	15,0%	3,3%	2,2%	7,4%	5,7%	0,0%	10,1%	3,2
Valladolid	45,4%	5,8%	9,9%	6,9%	13,0%	3,6%	5,5%	4,1%	0,7%	1,2%	4,0%	2,9
Zamora	29,5%	2,7%	14,1%	2,6%	17,3%	7,7%	11,3%	2,6%	0,0%	4,8%	7,6%	3,7
Total	41,9%	4,6%	9,5%	6,8%	15,1%	5,8%	4,7%	3,6%	0,5%	1,3%	6,2%	3,0



ANEXO VII. VALORACIÓN GENERAL

Tabla 13.3

Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta qué punto en su sector (o mercado) se dan barreras de entrada de nuevas empresas

Provincias	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ns	Media
Ávila	41,5%	3,8%	4,8%	1,9%	13,3%	2,9%	4,5%	10,6%	0,0%	2,6%	14,2%	3,0
Burgos	67,4%	3,5%	6,5%	4,4%	1,0%	2,3%	1,7%	2,2%	2,7%	0,0%	8,2%	1,8
León	49,0%	4,9%	5,9%	5,7%	7,0%	5,9%	3,2%	4,6%	2,7%	2,9%	8,2%	2,8
Palencia	41,4%	6,9%	16,7%	7,7%	7,7%	3,6%	4,6%	3,4%	2,0%	0,0%	6,1%	2,7
Salamanca	57,6%	8,5%	6,6%	3,2%	4,2%	7,1%	4,5%	3,6%	2,5%	0,1%	2,0%	2,5
Segovia	54,0%	8,8%	1,9%	3,8%	7,9%	0,0%	8,4%	6,0%	0,6%	0,0%	8,7%	2,4
Soria	55,4%	5,6%	6,4%	7,9%	7,5%	5,9%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	10,1%	2,0
Valladolid	58,5%	3,5%	8,6%	1,5%	10,9%	3,5%	3,5%	3,6%	0,2%	1,5%	4,7%	2,4
Zamora	50,1%	8,0%	8,9%	2,6%	4,4%	3,0%	8,5%	4,8%	0,0%	2,2%	7,6%	2,6
Total	54,6%	5,5%	7,2%	3,9%	6,9%	4,1%	4,1%	4,2%	1,5%	1,2%	6,9%	2,5

Tabla 13.4

Evolución de las prácticas anticompetitivas en los últimos 12 meses por provincias

Provincias	Han aumentado	Han disminuido	No han variado	Ns/Nc	Total
Ávila	17,5%	5,8%	61,5%	15,2%	100,0%
Burgos	7,7%	1,8%	77,4%	13,1%	100,0%
León	7,9%	7,6%	70,9%	13,5%	100,0%
Palencia	6,6%	4,6%	74,0%	14,7%	100,0%
Salamanca	13,3%	10,4%	65,9%	10,4%	100,0%
Segovia	16,2%	1,5%	61,7%	20,6%	100,0%
Soria	13,3%	2,8%	63,5%	20,5%	100,0%
Valladolid	5,2%	7,0%	83,8%	4,0%	100,0%
Zamora	10,9%	7,2%	76,5%	5,4%	100,0%
Total	9,6%	6,1%	72,9%	11,4%	100,0%

La percepción sobre la competencia
en la comunidad autónoma de Castilla y León

Tabla 13.5
Ámbito de actuación de las empresas que practican conductas anticompetitivas

Provincias	Ámbito local	Ámbito regional	Ámbito nacional	Ámbito internacional	Ns/Nc	Total
Ávila	28,0%	8,2%	38,0%	6,1%	19,7%	100,0%
Burgos	20,8%	8,6%	34,8%	9,6%	26,2%	100,0%
León	17,3%	12,4%	36,9%	8,4%	25,1%	100,0%
Palencia	20,7%	15,9%	36,3%	8,2%	18,9%	100,0%
Salamanca	13,9%	7,9%	45,2%	7,0%	26,1%	100,0%
Segovia	18,5%	4,1%	35,1%	9,0%	33,3%	100,0%
Soria	8,7%	13,9%	30,9%	20,5%	25,9%	100,0%
Valladolid	10,0%	20,2%	45,9%	8,3%	15,5%	100,0%
Zamora	6,4%	10,4%	56,8%	6,5%	19,8%	100,0%
Total	15,8%	12,1%	40,7%	8,5%	22,9%	100,0%

Tabla 13.6
Tamaño de las empresas que practican conductas anticompetitivas

Provincias	Pequeñas empresas	Medianas empresas	Grandes empresas	Ns/Nc	Total
Ávila	23,0%	28,1%	31,1%	17,8%	100,0%
Burgos	17,2%	15,8%	45,6%	21,3%	100,0%
León	15,0%	22,2%	39,6%	23,2%	100,0%
Palencia	16,6%	32,0%	35,1%	16,3%	100,0%
Salamanca	15,8%	20,3%	40,1%	23,8%	100,0%
Segovia	12,0%	19,3%	36,0%	32,8%	100,0%
Soria	11,6%	12,5%	50,1%	25,9%	100,0%
Valladolid	7,0%	28,6%	52,4%	11,9%	100,0%
Zamora	6,5%	16,0%	57,7%	19,8%	100,0%
Total	13,5%	22,4%	43,8%	20,4%	100,0%

13.2 Análisis sectorial

Tabla 13.7

Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta qué punto en su sector (o mercado) se dan prácticas o conductas restrictivas que limitan la competencia

Sectores	1	2	3	4	5	6
Industria	45,2%	1,8%	13,3%	7,1%	12,5%	7,0%
Construcción	42,0%	4,0%	13,9%	7,4%	13,0%	5,8%
Comercio y reparación	39,8%	4,8%	9,2%	9,5%	10,2%	8,6%
Hostelería	48,0%	0,0%	10,0%	3,4%	18,5%	5,8%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	31,9%	7,9%	3,4%	2,5%	24,6%	3,5%
Intermediación financiera	57,0%	1,5%	1,5%	0,0%	28,7%	0,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	46,6%	6,5%	7,3%	5,8%	17,0%	3,5%
Educación, sanidad y otros servicios	36,4%	8,3%	6,4%	6,9%	19,5%	2,4%
Total	41,9%	4,6%	9,5%	6,8%	15,1%	5,8%
Sectores	7	8	9	10	Ns	Media
Industria	5,1%	4,4%	0,0%	1,8%	1,7%	3,1
Construcción	4,8%	4,1%	0,0%	0,0%	5,0%	2,9
Comercio y reparación	3,5%	4,0%	1,3%	2,6%	6,4%	3,1
Hostelería	1,9%	4,1%	0,0%	0,0%	8,3%	2,6
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	7,4%	3,8%	2,3%	0,0%	12,7%	3,1
Intermediación financiera	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	11,3%	2,1
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	5,6%	3,8%	0,0%	1,3%	2,5%	2,9
Educación, sanidad y otros servicios	7,4%	1,2%	0,0%	2,3%	9,1%	3,0
Total	4,7%	3,6%	0,5%	1,3%	6,2%	3,0

La percepción sobre la competencia
en la comunidad autónoma de Castilla y León

Tabla 13.8

Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta que punto en su sector (o mercado) se dan barreras de entrada de nuevas empresas

Sectores	1	2	3	4	5	6
Industria	51,8%	3,7%	9,5%	5,1%	10,2%	5,1%
Construcción	54,2%	8,6%	7,8%	5,9%	7,2%	4,0%
Comercio y reparación	52,2%	4,9%	9,7%	2,4%	6,9%	5,3%
Hostelería	53,6%	3,9%	5,5%	5,9%	6,0%	2,5%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	43,4%	5,5%	8,4%	5,0%	2,6%	7,7%
Intermediación financiera	82,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,8%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	63,1%	2,2%	4,0%	4,3%	10,6%	0,2%
Educación, sanidad y otros servicios	58,4%	8,9%	4,0%	0,4%	4,1%	3,8%
Total	54,6%	5,5%	7,2%	3,9%	6,9%	4,1%

Sectores	7	8	9	10	Ns	Media
Industria	4,6%	5,5%	0,5%	0,0%	4,0%	2,7
Construcción	4,0%	1,1%	1,1%	1,1%	5,0%	2,4
Comercio y reparación	4,1%	3,9%	2,1%	1,4%	7,1%	2,6
Hostelería	0,0%	9,4%	1,4%	1,5%	10,3%	2,5
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5,2%	6,5%	3,1%	0,0%	12,7%	2,7
Intermediación financiera	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	11,3%	1,2
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	6,8%	5,0%	0,1%	1,3%	2,5%	2,5
Educación, sanidad y otros servicios	4,8%	1,3%	2,4%	2,6%	9,4%	2,2
Total	4,1%	4,2%	1,5%	1,2%	6,9%	2,5

ANEXO VII. VALORACIÓN GENERAL

Tabla 13.9
Evolución de las prácticas anticompetitivas en los últimos 12 meses por sectores

Sectores	Han aumentado	Han disminuido	No han variado	Ns/Nc	Total
Industria	7,9%	10,8%	77,4%	3,9%	100,0%
Construcción	16,1%	7,3%	67,1%	9,5%	100,0%
Comercio y reparación	9,1%	6,2%	77,8%	6,9%	100,0%
Hostelería	8,0%	5,8%	57,4%	28,9%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	10,9%	2,7%	65,0%	21,5%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	0,0%	82,9%	17,1%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	4,3%	6,1%	79,1%	10,5%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	9,4%	2,5%	80,4%	7,7%	100,0%
Total	9,6%	6,1%	72,9%	11,4%	100,0%

La percepción sobre la competencia
en la comunidad autónoma de Castilla y León

Tabla 13.10
Ámbito de actuación de las empresas que practican conductas anticompetitivas
por sectores

Sectores	Ámbito	Ámbito	Ámbito	Ámbito	Ns/Nc	Total
	local	regional	nacional	internacional		
Industria	12,4%	8,1%	49,3%	17,5%	12,6%	100,0%
Construcción	21,2%	10,6%	44,8%	5,4%	18,0%	100,0%
Comercio y reparación	17,7%	8,9%	44,4%	12,4%	16,6%	100,0%
Hostelería	11,4%	14,1%	29,6%	4,3%	40,7%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	7,2%	13,6%	35,6%	8,4%	35,2%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	45,5%	36,0%	1,5%	17,1%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	16,6%	21,1%	36,3%	1,8%	24,1%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	16,3%	9,9%	37,7%	9,1%	27,0%	100,0%
Total	15,8%	12,1%	40,7%	8,5%	22,9%	100,0%

ANEXO VII. VALORACIÓN GENERAL

Tabla 13.11

Tamaño de las empresas que practican conductas anticompetitivas por sectores

Sectores	Pequeñas empresas	Medianas empresas	Grandes empresas	Ns/Nc	Total
Industria	13,8%	22,7%	50,8%	12,6%	100,0%
Construcción	20,4%	21,7%	40,9%	16,9%	100,0%
Comercio y reparación	13,3%	22,0%	50,7%	14,0%	100,0%
Hostelería	5,4%	25,9%	31,6%	37,0%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	12,3%	19,6%	38,0%	30,1%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	45,5%	37,5%	17,1%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	13,8%	22,6%	43,3%	20,3%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	13,0%	19,1%	43,7%	24,2%	100,0%
Total	13,5%	22,4%	43,8%	20,4%	100,0%

13.3 Análisis por tamaño de empresa

Tabla 13.12

Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta qué punto en su sector (o mercado) se dan prácticas o conductas restrictivas que limitan la competencia

Tamaño	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ns	Media
1 a 9	42,3%	4,4%	9,2%	6,1%	15,0%	6,0%	4,7%	3,5%	0,6%	1,5%	6,7%	2,9
10 a 49	39,4%	5,8%	12,9%	11,4%	15,9%	4,2%	4,0%	5,3%	0,0%	0,0%	1,1%	3,1
50 ó más	29,9%	6,1%	7,3%	22,8%	19,0%	3,4%	4,0%	1,0%	0,0%	0,1%	6,6%	3,1
Total	41,9%	4,6%	9,5%	6,8%	15,1%	5,8%	4,7%	3,6%	0,5%	1,3%	6,2%	3,0

Tabla 13.13

Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta qué punto en su sector (o mercado) se dan barreras de entrada de nuevas empresas

Tamaño	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ns	Media
1 a 9	55,3%	5,6%	6,6%	3,4%	6,8%	3,9%	4,0%	4,2%	1,5%	1,3%	7,5%	2,5
10 a 49	49,4%	4,8%	14,1%	8,6%	6,4%	5,8%	4,0%	4,0%	1,0%	0,3%	1,7%	2,7
50 ó más	39,9%	2,6%	2,4%	7,9%	18,7%	3,2%	10,1%	2,5%	5,3%	0,6%	6,6%	3,4
Total	54,6%	5,5%	7,2%	3,9%	6,9%	4,1%	4,1%	4,2%	1,5%	1,2%	6,9%	2,5



ANEXO VII. VALORACIÓN GENERAL

Tabla 13.14

Evolución de las prácticas anticompetitivas en los últimos 12 meses por tamaño

Tamaño	Han aumentado	Han disminuido	No han variado	Ns/Nc	Total
1 a 9	9,3%	6,4%	72,3%	12,0%	100,0%
10 a 49	12,0%	3,8%	80,4%	3,8%	100,0%
50 ó más	10,3%	1,0%	61,9%	26,8%	100,0%
Total	9,6%	6,1%	72,9%	11,4%	100,0%

Tabla 13.15

Ámbito de actuación de las empresas que practican conductas anticompetitivas por tamaño

Tamaño	Ámbito local	Ámbito regional	Ámbito nacional	Ámbito internacional	Ns/Nc	Total
1 a 9	15,8%	12,4%	40,3%	7,9%	23,6%	100,0%
10 a 49	17,2%	10,2%	44,7%	13,8%	14,2%	100,0%
50 ó más	7,0%	5,4%	39,0%	15,8%	32,8%	100,0%
Total	15,8%	12,1%	40,7%	8,5%	22,9%	100,0%



La percepción sobre la competencia
en la comunidad autónoma de Castilla y León

Tabla 13.16

Tamaño de las empresas que practican conductas anticompetitivas por tamaño

Tamaño	Pequeñas empresas	Medianas empresas	Grandes empresas	Ns/Nc	Total
1 a 9	13,1%	22,4%	43,6%	20,9%	100,0%
10 a 49	17,7%	23,8%	45,0%	13,4%	100,0%
50 ó más	8,7%	11,6%	47,4%	32,4%	100,0%
Total	13,5%	22,4%	43,8%	20,4%	100,0%

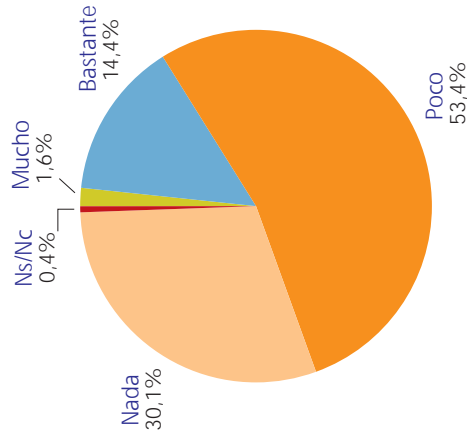


Anexo VIII. Conocimiento de la normativa y de los organismos responsables

P.10 ¿Podría indicarme cuál es su grado de conocimiento de la normativa legal sobre la defensa de la competencia? Mucho, Bastante, Poco o Nada

Gráfico 14.1

Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia

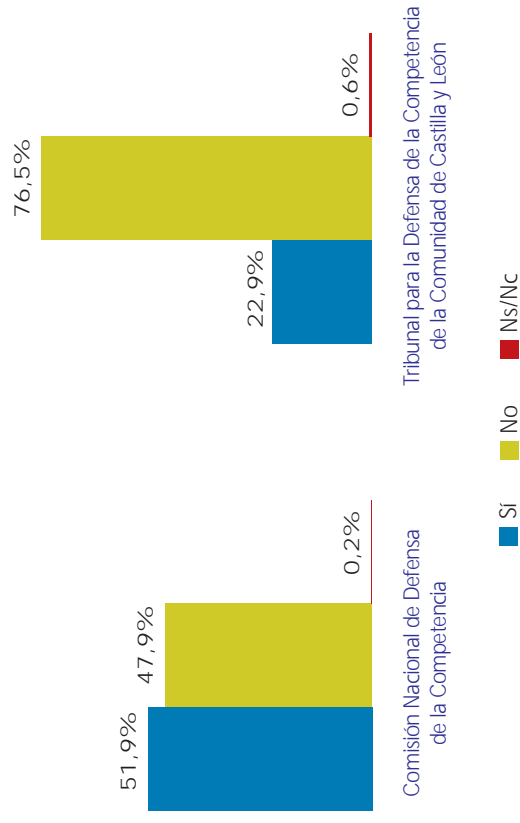


La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

P.12 ¿Sabía usted que existe a nivel nacional una Comisión Nacional de Defensa de la Competencia?

P.13 ¿Y que recientemente se ha creado el Tribunal para la Defensa de la Competencia de la Comunidad de Castilla y León?

Gráfico 14.2
Grado de conocimiento de la existencia de los órganos responsables de la competencia



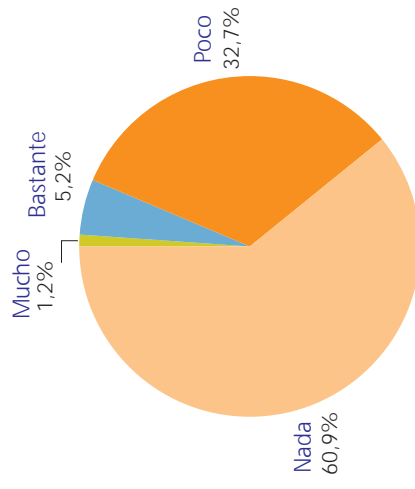


ANEXO VIII. CONOCIMIENTO DE LA NORMATIVA Y DE LOS ORGANISMOS RESPONSABLES

P.14 ¿Cuál es su grado de conocimiento de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la Defensa de la Competencia? Mucho, Bastante, Poco o Nada

Gráfico 14.3

Grado de conocimiento de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia

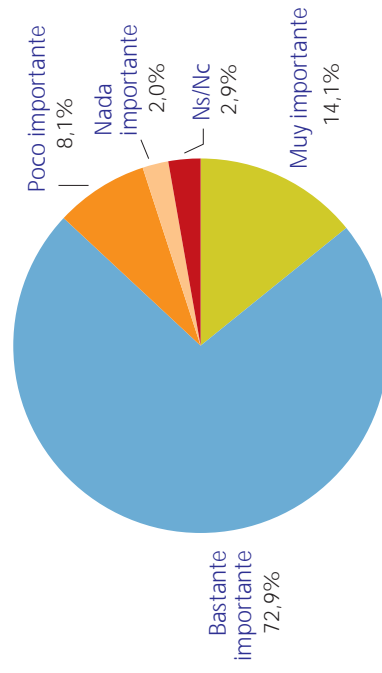


La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

P.15 Cree usted que la defensa de la competencia en los mercados castellanos y leoneses es una tarea muy importante, bastante importante, poco importante o nada importante

Gráfico 14.4

Grado de importancia concedida a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses





ANEXO VIII. CONOCIMIENTO DE LA NORMATIVA Y DE LOS ORGANISMOS RESPONSABLES

14.1 Análisis provincial

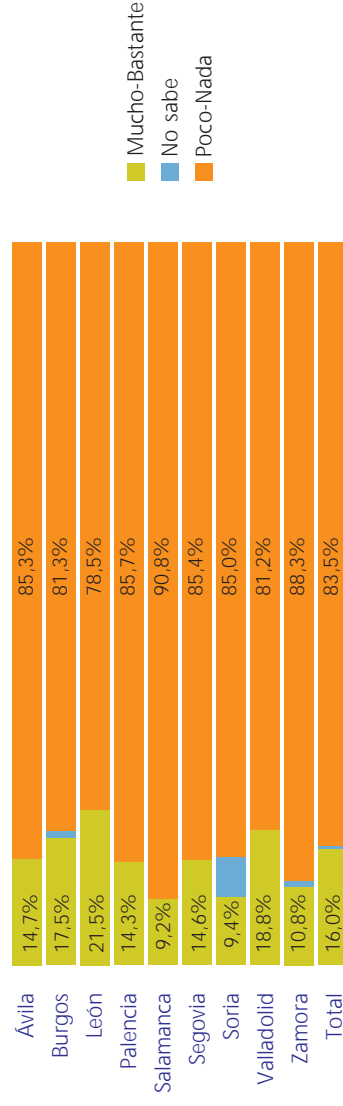
Tabla 14.1

Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por provincias

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	0,0%	14,7%	55,2%	30,1%	0,0%	100,0%
Burgos	0,0%	17,5%	52,2%	29,1%	1,2%	100,0%
León	1,8%	19,7%	47,7%	30,8%	0,0%	100,0%
Palencia	5,0%	9,3%	53,4%	32,3%	0,0%	100,0%
Salamanca	2,1%	7,1%	51,0%	39,8%	0,0%	100,0%
Segovia	2,9%	11,7%	50,2%	35,2%	0,0%	100,0%
Soria	0,0%	9,4%	53,9%	31,2%	5,6%	100,0%
Valladolid	2,3%	16,5%	59,5%	21,7%	0,0%	100,0%
Zamora	0,0%	10,8%	59,5%	28,8%	0,9%	100,0%
Total	1,6%	14,4%	53,4%	30,1%	0,4%	100,0%

Gráfico 14.5

Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por provincias



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Gráfico 14.6

Grado de conocimiento por provincias de la existencia de una Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

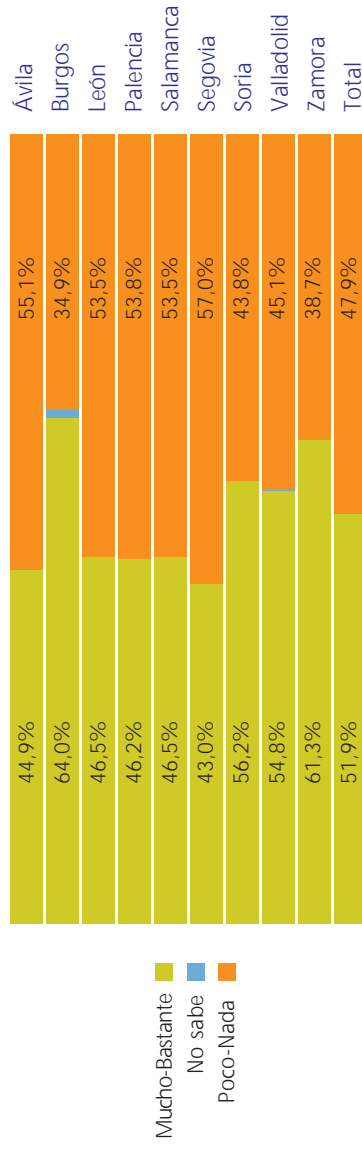
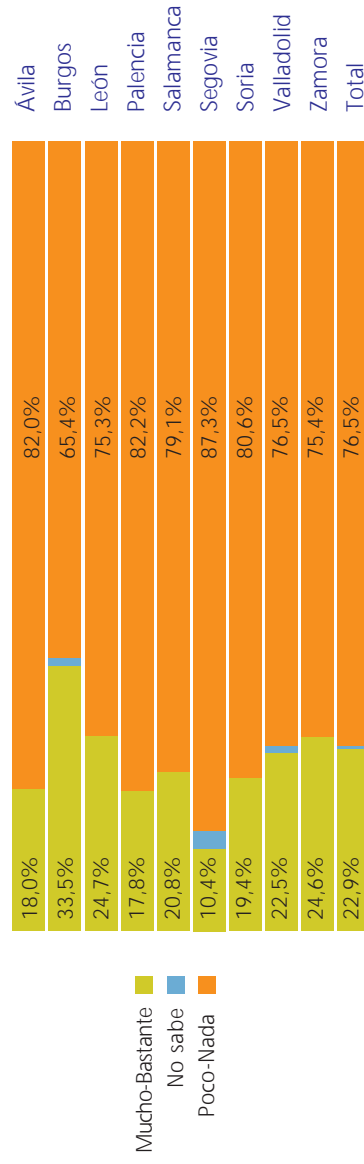


Gráfico 14.7

Grado de conocimiento por provincias de la creación reciente del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad de Castilla y León



ANEXO VIII. CONOCIMIENTO DE LA NORMATIVA Y DE LOS ORGANISMOS RESPONSABLES

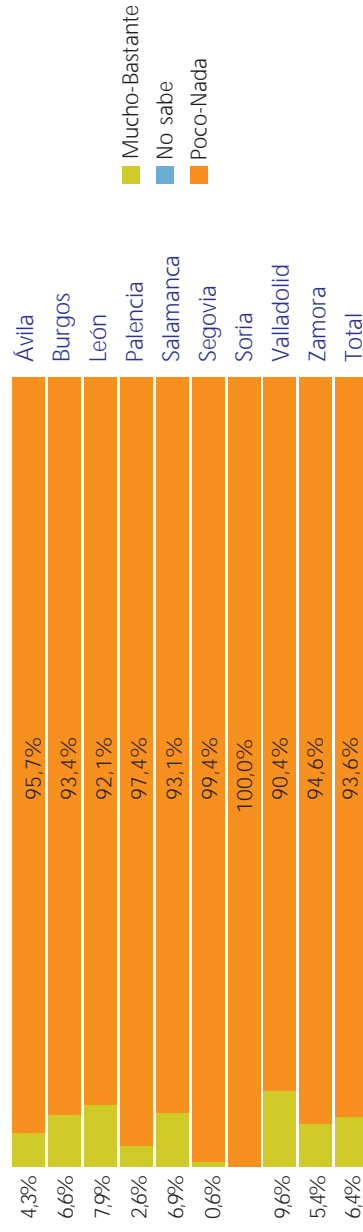
Tabla 14.2

Grado de conocimiento por provincias de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
Ávila	2,6%	1,7%	28,0%	67,7%	100,0%
Burgos	1,1%	5,5%	39,8%	53,6%	100,0%
León	1,7%	6,1%	29,5%	62,6%	100,0%
Palencia	0,0%	2,6%	38,6%	58,8%	100,0%
Salamanca	1,3%	5,5%	24,1%	69,0%	100,0%
Segovia	0,6%	0,0%	29,5%	69,8%	100,0%
Soria	0,0%	0,0%	33,5%	66,5%	100,0%
Valladolid	1,3%	8,3%	31,4%	59,0%	100,0%
Zamora	0,0%	5,4%	49,0%	45,6%	100,0%
Total	2,6%	1,7%	28,0%	67,7%	100,0%

Gráfico 14.8

Grado de conocimiento por provincias de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

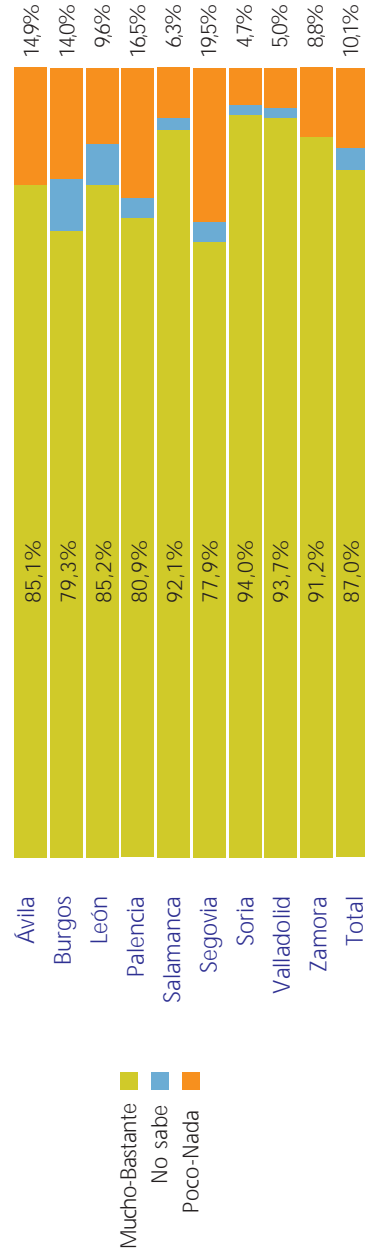
Tabla 14.3

Grado de importancia concedida en cada provincia a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses

Provincias	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Ávila	15,6%	69,5%	10,4%	4,5%	0,0%	100,0%
Burgos	20,7%	58,6%	10,4%	3,6%	6,6%	100,0%
León	10,0%	75,2%	9,6%	0,0%	5,2%	100,0%
Palencia	22,4%	58,5%	7,6%	8,9%	2,6%	100,0%
Salamanca	9,6%	82,5%	6,3%	0,0%	1,6%	100,0%
Segovia	11,5%	66,4%	17,1%	2,4%	2,6%	100,0%
Soria	11,2%	82,8%	4,7%	0,0%	1,3%	100,0%
Valladolid	15,0%	78,7%	4,4%	0,6%	1,3%	100,0%
Zamora	12,2%	79,1%	4,7%	4,1%	0,0%	100,0%
Total	14,1%	72,9%	8,1%	2,0%	2,9%	100,0%

Gráfico 14.9

Grado de importancia concedida en cada provincia a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses



ANEXO VIII. CONOCIMIENTO DE LA NORMATIVA Y DE LOS ORGANISMOS RESPONSABLES

14.2 Análisis sectorial

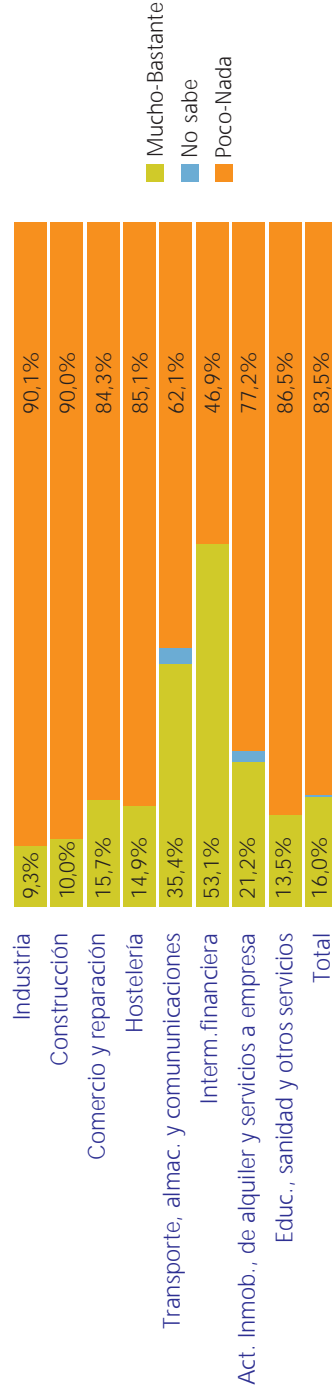
Tabla 14.4

Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por sectores

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	0,3%	9,0%	62,9%	27,2%	0,6%	100,0%
Construcción	2,4%	7,6%	53,8%	36,3%	0,0%	100,0%
Comercio y reparación	1,2%	14,5%	55,4%	28,9%	0,0%	100,0%
Hostelería	1,6%	13,3%	44,2%	41,0%	0,0%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,2%	33,2%	42,3%	19,8%	2,5%	100,0%
Intermediación financiera	0,0%	53,1%	46,9%	0,0%	0,0%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	2,9%	18,2%	52,5%	24,7%	1,6%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	1,1%	12,4%	57,4%	29,1%	0,0%	100,0%
Total	1,6%	14,4%	53,4%	30,1%	0,4%	100,0%

Gráfico 14.10

Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por sectores



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Gráfico 14.11

Grado de conocimiento por sectores de la existencia de una Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

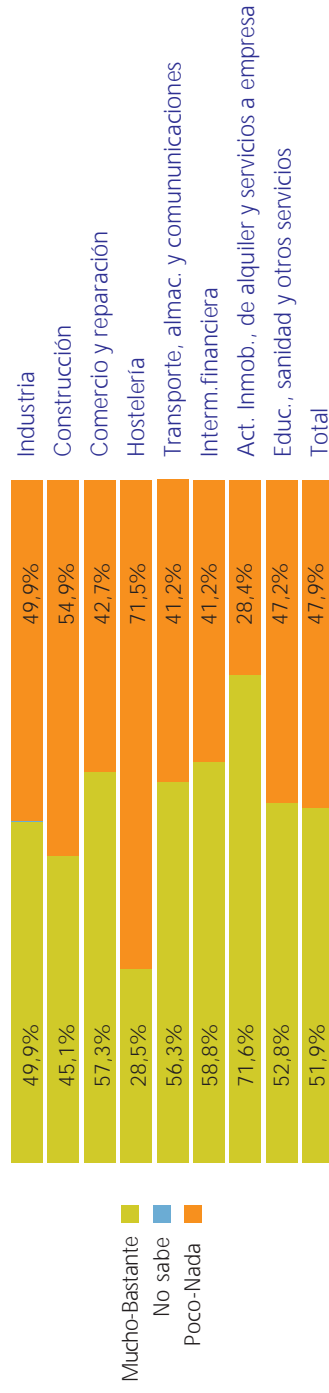
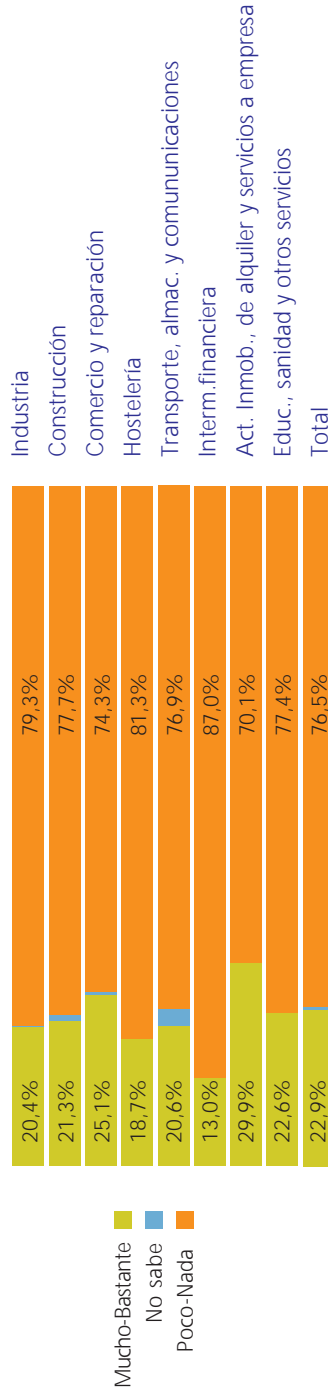


Gráfico 14.12

Grado de conocimiento por sectores de la creación reciente del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad de Castilla y León



ANEXO VIII. CONOCIMIENTO DE LA NORMATIVA Y DE LOS ORGANISMOS RESPONSABLES

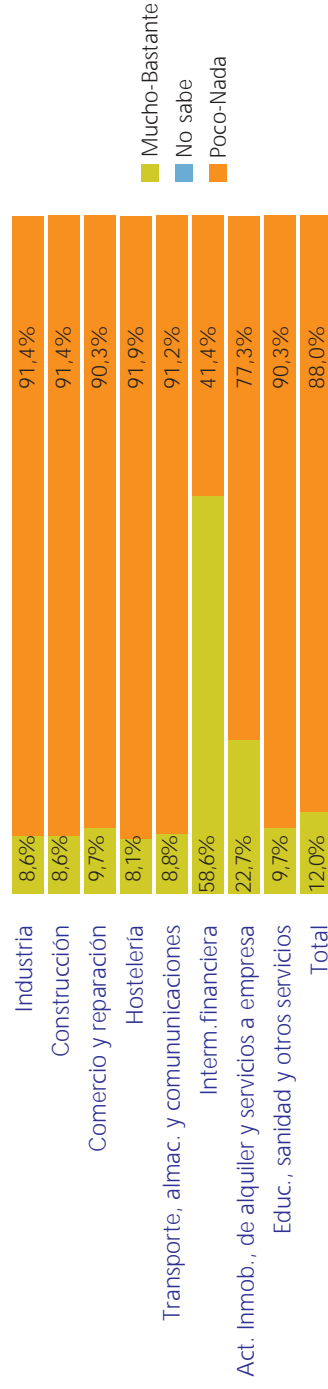
Tabla 14.5

Grado de conocimiento por sectores de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia

Prácticas	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
Industria	0,1%	4,2%	30,5%	65,2%	100,0%
Construcción	1,4%	2,5%	33,4%	62,8%	100,0%
Comercio y reparación	1,9%	3,8%	40,0%	54,3%	100,0%
Hostelería	0,0%	2,6%	13,9%	83,4%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	3,1%	2,3%	42,5%	52,1%	100,0%
Intermediación financiera	34,5%	0,0%	17,1%	48,4%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	1,5%	14,8%	31,7%	52,1%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	5,1%	0,0%	33,6%	61,3%	100,0%
Total	0,1%	4,2%	30,5%	65,2%	100,0%

Gráfico 14.13

Grado de conocimiento por sectores de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

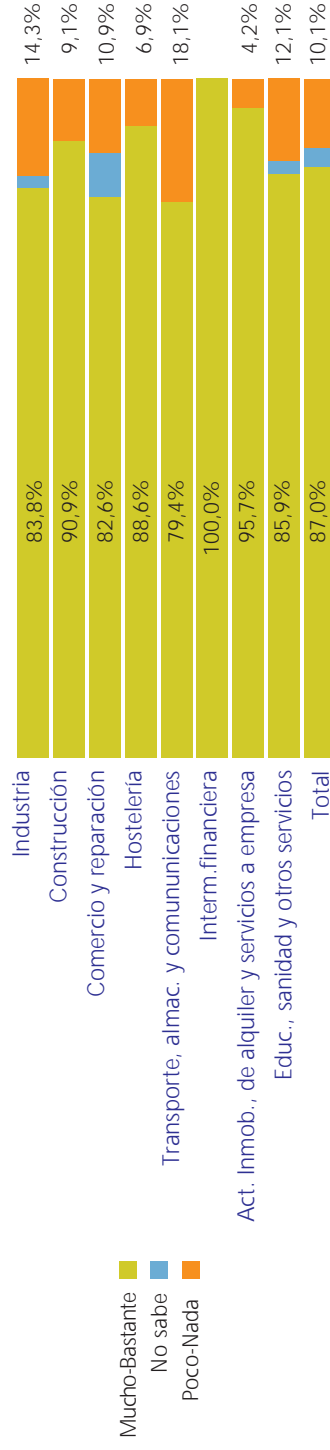
Tabla 14.6

Grado de importancia concedida en cada sector a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
Industria	22,0%	61,9%	12,4%	1,8%	1,9%	100,0%
Construcción	12,3%	78,7%	7,8%	1,3%	0,0%	100,0%
Comercio y reparación	11,8%	70,8%	8,1%	2,7%	6,5%	100,0%
Hostelería	9,5%	79,1%	4,0%	2,9%	4,5%	100,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	14,6%	64,8%	15,5%	2,5%	2,5%	100,0%
Intermediación financiera	23,0%	77,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	17,0%	78,6%	3,0%	1,2%	0,2%	100,0%
Educación, sanidad y otros servicios	15,6%	70,3%	10,8%	1,3%	2,0%	100,0%
Total	14,1%	72,9%	8,1%	2,0%	2,9%	100,0%

Gráfico 14.14

Grado de importancia concedida en cada sector a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses



ANEXO VIII. CONOCIMIENTO DE LA NORMATIVA Y DE LOS ORGANISMOS RESPONSABLES

14.3 Análisis por tamaño de empresa

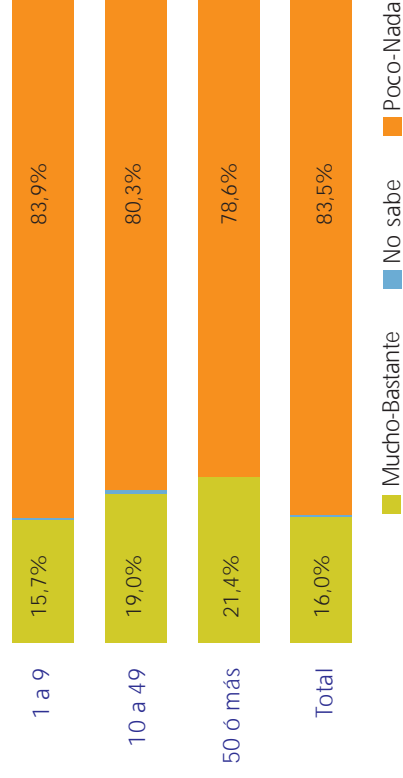
Tabla 14.7

Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por tamaños

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1 a 9	1,3%	14,3%	52,3%	31,6%	0,4%	100,0%
10 a 49	3,9%	15,2%	63,2%	17,1%	0,7%	100,0%
50 ó más	6,3%	15,1%	58,6%	20,0%	0,0%	100,0%
Total	1,6%	14,4%	53,4%	30,1%	0,4%	100,0%

Gráfico 14.15

Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por tamaños



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

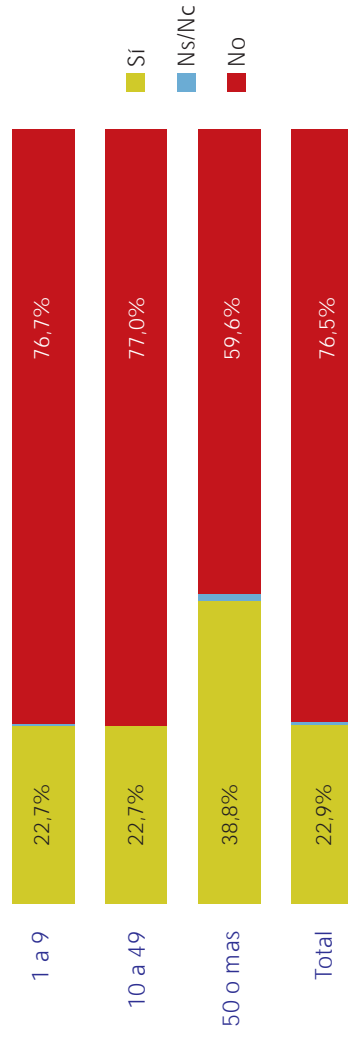
Gráfico 14.16

Grado de conocimiento por tamaños de la existencia de una Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Gráfico 14.17

Grado de conocimiento por tamaños de la creación reciente del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad de Castilla y León





ANEXO VIII. CONOCIMIENTO DE LA NORMATIVA Y DE LOS ORGANISMOS RESPONSABLES

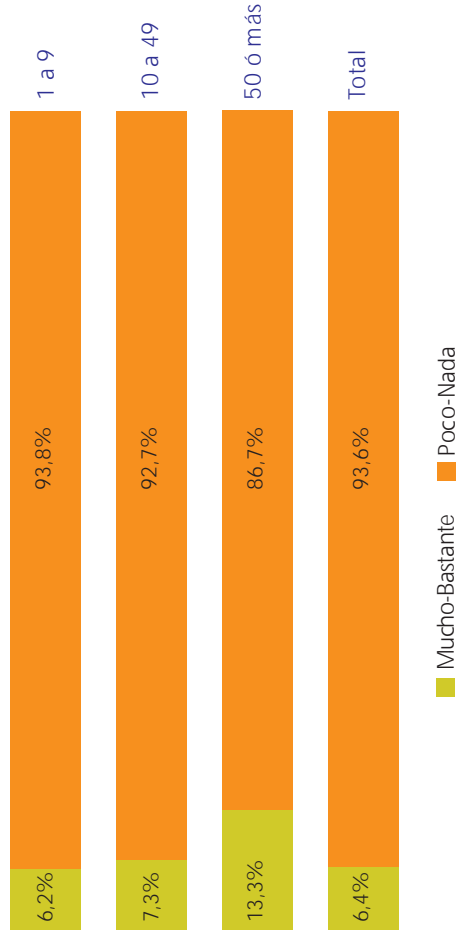
Tabla 14.8

Grado de conocimiento por tamaños de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
1 a 9	1,0%	5,2%	31,8%	62,0%	100,0%
10 a 49	2,5%	4,8%	39,6%	53,2%	100,0%
50 ó más	7,3%	6,0%	49,1%	37,6%	100,0%
Total	1,2%	5,2%	32,7%	60,9%	100,0%

Gráfico 14.18

Grado de conocimiento por tamaños de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

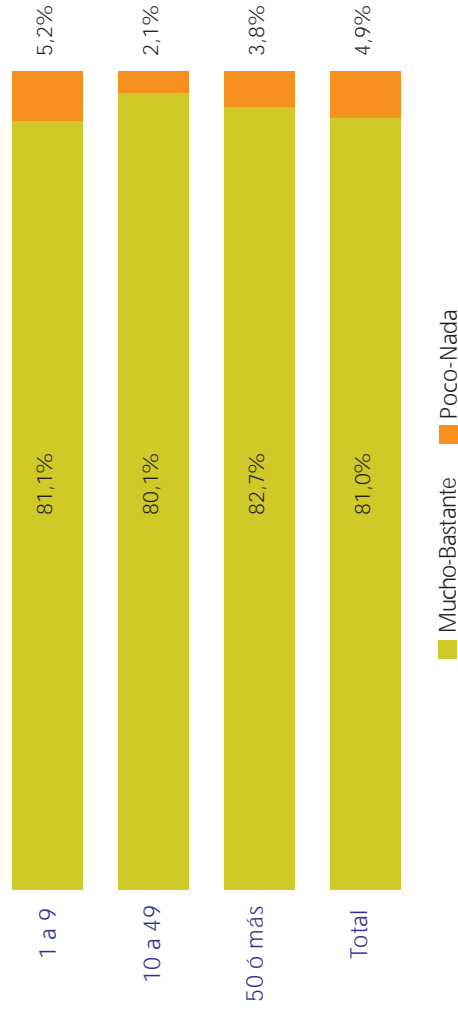
Tabla 14.9

Grado de importancia concedida en cada tamaño de empresa a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1 a 9	13,7%	73,1%	8,0%	2,2%	3,1%	100,0%
10 a 49	17,7%	71,3%	8,8%	0,5%	1,6%	100,0%
50 ó más	13,5%	72,2%	10,5%	1,5%	2,2%	100,0%
Total	14,1%	72,9%	8,1%	2,0%	2,9%	100,0%

Gráfico 14.19

Grado de importancia concedida en cada tamaño de empresa a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses





Anexo IX. Grado de acuerdo con determinadas afirmaciones y situaciones

P.11 Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Tabla 15.1

Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones

Afirmaciones	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Ns/Nc	Total
Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas	2,0%	8,2%	5,9%	16,5%	67,4%	100,0%
Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas	6,3%	14,5%	3,8%	10,5%	64,8%	100,0%

Continúa

La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

Continuación

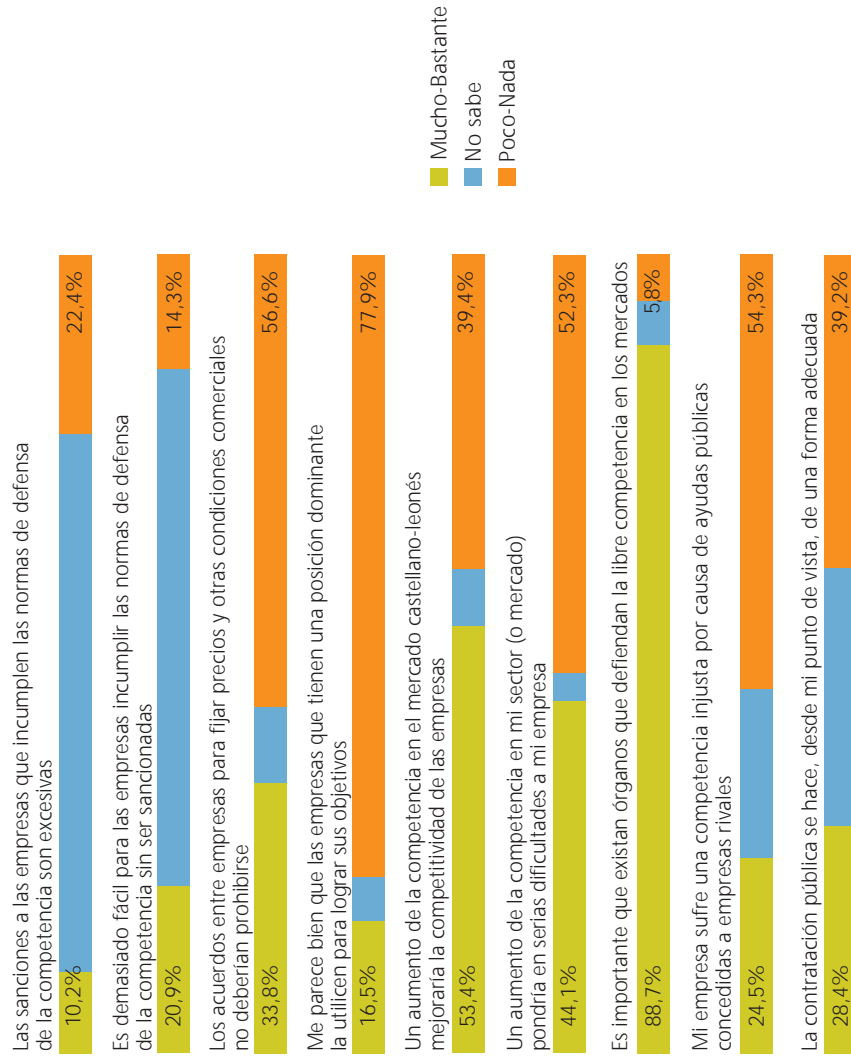
Afirmaciones	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Ns/Nc	Total
Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse	8,7%	25,2%	12,9%	43,8%	9,5%	100,0%
Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos	2,5%	14,1%	16,9%	61,0%	5,6%	100,0%
Un aumento de la competencia en el mercado castellano y leonés mejoraría la competitividad de las empresas	11,5%	41,9%	9,0%	30,4%	7,1%	100,0%
Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa	9,4%	34,7%	12,3%	40,0%	3,6%	100,0%
Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados	23,1%	65,6%	3,5%	2,4%	5,5%	100,0%
Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales	5,8%	18,6%	4,6%	49,7%	21,2%	100,0%
La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada	3,3%	25,1%	9,9%	29,3%	32,4%	100,0%



ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

Gráfico 15.1

Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



15.1 Análisis provincial

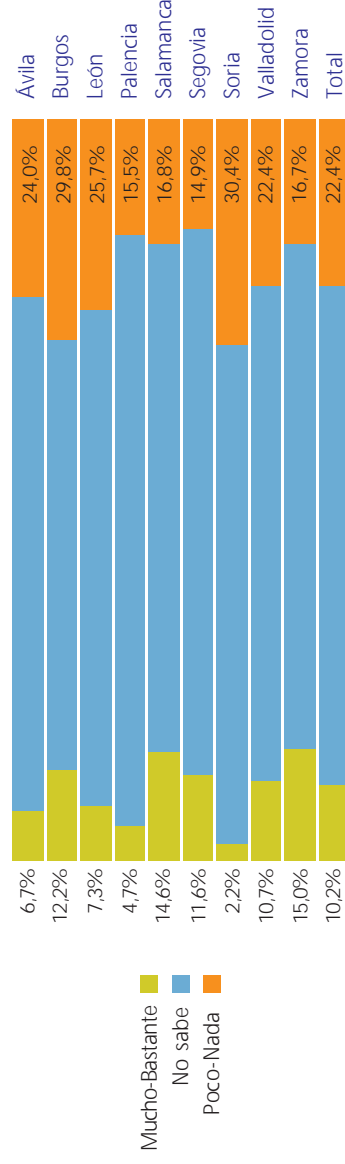
Tabla 15.2

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas"

Provincias	Mucho	Bastante	Poco	Nada	No sabe	Total
Ávila	0,0%	6,7%	9,8%	14,2%	69,3%	100,0%
Burgos	4,4%	7,7%	6,2%	23,5%	58,1%	100,0%
León	1,8%	5,4%	5,0%	20,7%	67,0%	100,0%
Palencia	0,0%	4,7%	7,2%	8,3%	79,8%	100,0%
Salamanca	1,9%	12,7%	5,8%	11,0%	68,6%	100,0%
Segovia	5,4%	6,2%	6,0%	8,8%	73,6%	100,0%
Soria	0,0%	2,2%	3,0%	27,4%	67,4%	100,0%
Valladolid	0,6%	10,1%	6,7%	15,6%	66,9%	100,0%
Zamora	3,5%	11,6%	1,5%	15,2%	68,3%	100,0%
Total	2,0%	8,2%	5,9%	16,5%	67,4%	100,0%

Gráfico 15.2

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas"





ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

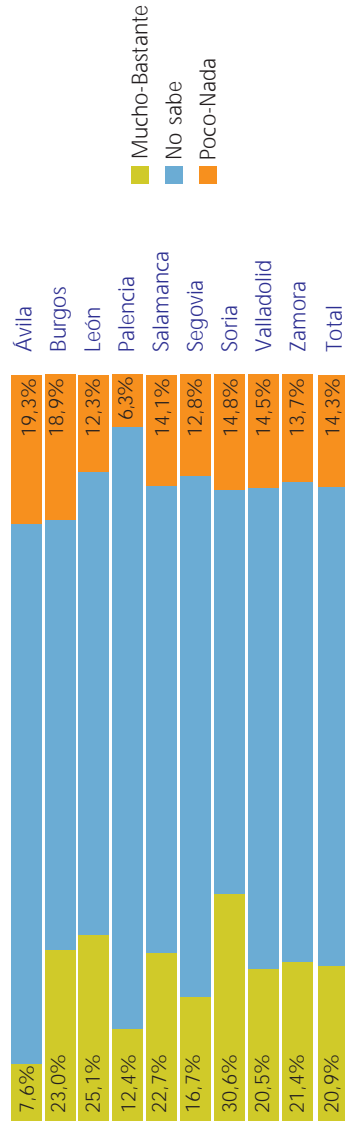
Tabla 15.3

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas”

Provincias	Mucho	Bastante	Poco	Nada	No sabe	Total
Ávila	0,1%	7,5%	8,5%	10,8%	73,1%	100,0%
Burgos	6,8%	16,2%	4,2%	14,6%	58,1%	100,0%
León	8,3%	16,8%	2,6%	9,6%	62,6%	100,0%
Palencia	7,9%	4,5%	4,3%	2,0%	81,3%	100,0%
Salamanca	5,9%	16,7%	4,0%	10,1%	63,2%	100,0%
Segovia	9,9%	6,8%	4,2%	8,7%	70,5%	100,0%
Soria	0,0%	30,6%	0,0%	14,8%	54,6%	100,0%
Valladolid	4,6%	15,9%	4,0%	10,4%	65,0%	100,0%
Zamora	9,9%	11,5%	1,9%	11,8%	64,9%	100,0%
Total	6,3%	14,5%	3,8%	10,5%	64,8%	100,0%

Gráfico 15.3

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas”



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

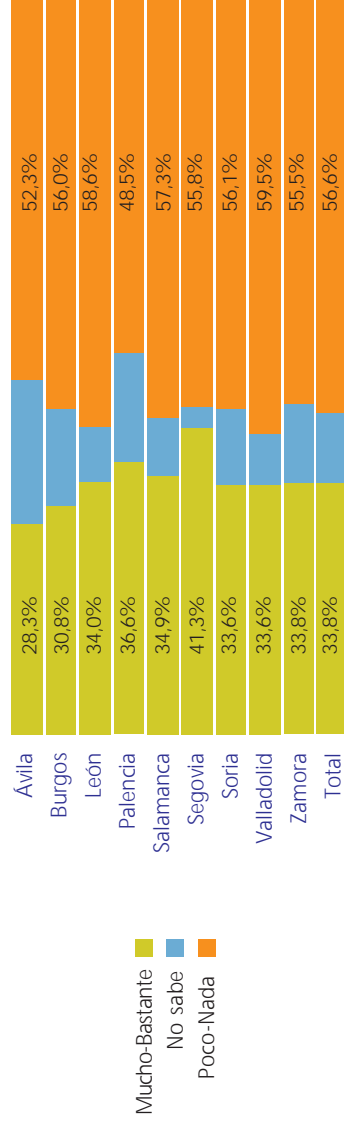
Tabla 15.4

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse"

Provincias	Mucho	Bastante	Poco	Nada	No sabe	Total
Ávila	2,6%	25,8%	12,1%	40,2%	19,4%	100,0%
Burgos	9,5%	21,4%	10,8%	45,2%	13,1%	100,0%
León	5,7%	28,3%	14,9%	43,7%	7,4%	100,0%
Palencia	9,0%	27,6%	13,8%	34,7%	14,9%	100,0%
Salamanca	10,3%	24,6%	19,8%	37,5%	7,8%	100,0%
Segovia	19,7%	21,6%	10,2%	45,6%	2,9%	100,0%
Soria	7,0%	26,6%	5,4%	50,6%	10,3%	100,0%
Valladolid	8,6%	25,0%	10,1%	49,4%	6,9%	100,0%
Zamora	8,0%	25,8%	12,4%	43,1%	10,7%	100,0%
Total	8,7%	25,2%	12,9%	43,8%	9,5%	100,0%

Gráfico 15.4

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse"



ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

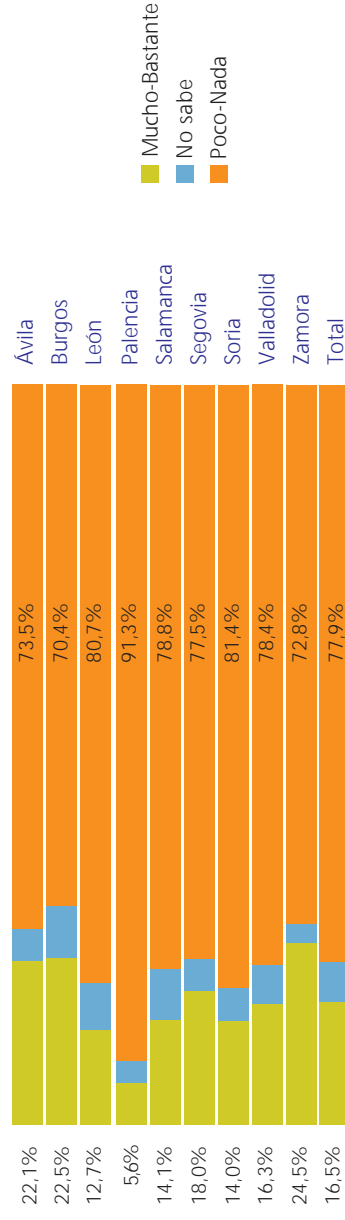
Tabla 15.5

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos”

Provincias	Mucho	Bastante	Poco	Nada	No sabe	Total
Ávila	2,7%	19,5%	19,4%	54,1%	4,3%	100,0%
Burgos	5,2%	17,3%	10,5%	59,9%	7,0%	100,0%
León	1,0%	11,7%	15,7%	65,1%	6,5%	100,0%
Palencia	0,0%	5,6%	26,1%	65,2%	3,0%	100,0%
Salamanca	2,5%	11,6%	21,2%	57,6%	7,1%	100,0%
Segovia	0,0%	18,0%	10,0%	67,5%	4,4%	100,0%
Soria	1,3%	12,6%	17,6%	63,8%	4,7%	100,0%
Valladolid	2,4%	13,9%	18,0%	60,4%	5,3%	100,0%
Zamora	6,0%	18,5%	18,1%	54,6%	2,7%	100,0%
Total	2,5%	14,1%	16,9%	61,0%	5,6%	100,0%

Gráfico 15.5

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos”



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

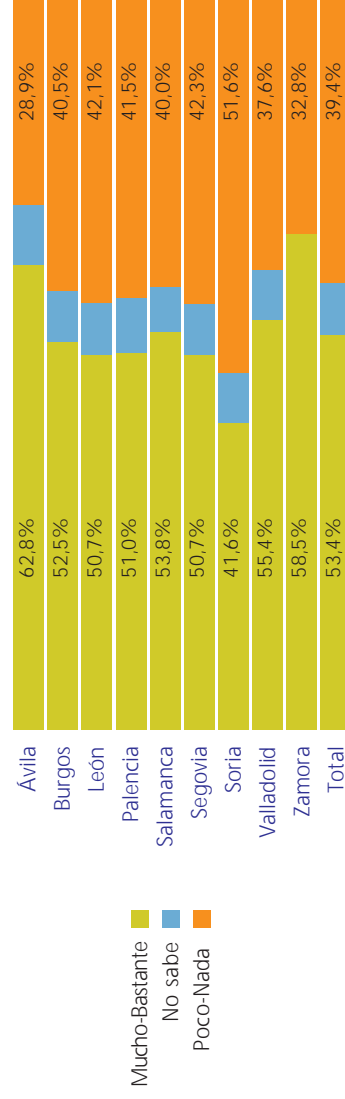
Tabla 15.6

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Un aumento de la competencia en el mercado castellano-leonés mejoraría la competitividad de las empresas”

Provincias	Mucho	Bastante	Poco	Nada	No sabe	Total
Ávila	3,3%	59,6%	9,1%	19,8%	8,3%	100,0%
Burgos	12,7%	39,8%	8,4%	32,1%	7,0%	100,0%
León	12,5%	38,1%	9,7%	32,4%	7,2%	100,0%
Palencia	9,8%	41,2%	13,1%	28,4%	7,5%	100,0%
Salamanca	11,1%	42,7%	10,6%	29,5%	6,2%	100,0%
Segovia	9,6%	41,1%	9,8%	32,5%	7,0%	100,0%
Soria	14,4%	27,1%	15,8%	35,8%	6,8%	100,0%
Valladolid	9,0%	46,4%	7,3%	30,3%	6,9%	100,0%
Zamora	24,1%	34,4%	2,4%	30,3%	8,7%	100,0%
Total	11,5%	41,9%	9,0%	30,4%	7,1%	100,0%

Gráfico 15.6

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Un aumento de la competencia en el mercado castellano-leonés mejoraría la competitividad de las empresas”





ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

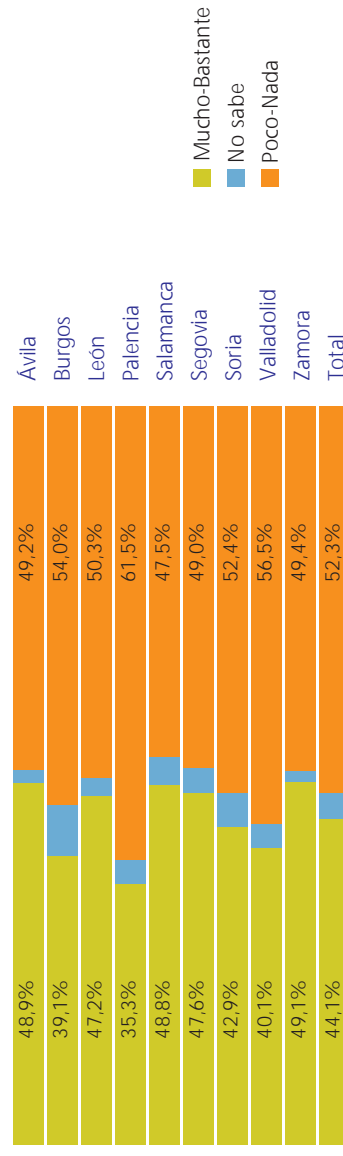
Tabla 15.7

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa”

Provincias	Mucho	Bastante	Poco	Nada	No sabe	Total
Ávila	13,2%	35,7%	18,2%	31,0%	1,9%	100,0%
Burgos	9,1%	30,1%	13,1%	40,9%	6,9%	100,0%
León	12,1%	35,1%	7,0%	43,3%	2,5%	100,0%
Palencia	8,8%	26,6%	15,2%	46,2%	3,2%	100,0%
Salamanca	9,2%	39,5%	14,4%	33,1%	3,7%	100,0%
Segovia	16,3%	31,3%	7,2%	41,7%	3,5%	100,0%
Soria	5,0%	37,9%	21,3%	31,1%	4,7%	100,0%
Valladolid	6,8%	33,3%	15,3%	41,2%	3,4%	100,0%
Zamora	3,2%	45,9%	5,3%	44,1%	1,5%	100,0%
Total	9,4%	34,7%	12,3%	40,0%	3,6%	100,0%

Gráfico 15.7

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa”



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

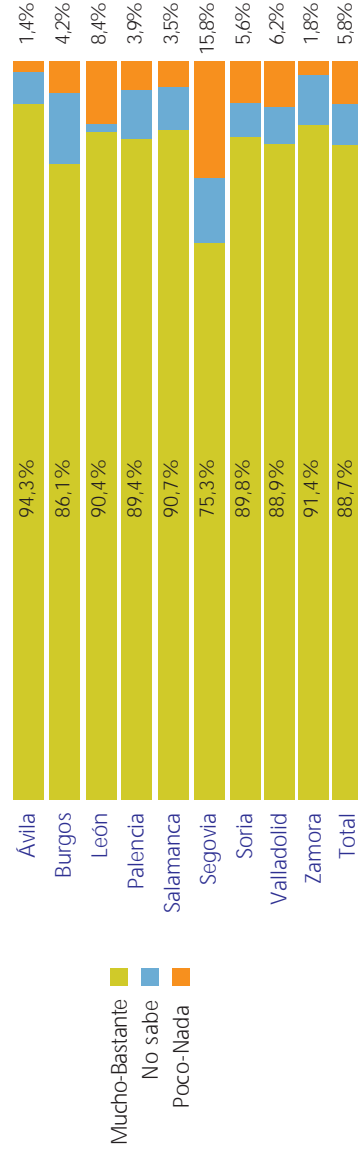
Tabla 15.8

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados”

Provincias	Mucho	Bastante	Poco	Nada	No sabe	Total
Ávila	14,6%	79,7%	0,00	1,4%	4,3%	100,0%
Burgos	22,4%	63,7%	2,1%	2,1%	9,7%	100,0%
León	25,4%	65,0%	6,1%	2,4%	1,2%	100,0%
Palencia	26,4%	63,1%	2,6%	1,3%	6,7%	100,0%
Salamanca	23,4%	67,3%	2,2%	1,3%	5,8%	100,0%
Segovia	28,6%	46,7%	10,3%	5,4%	8,9%	100,0%
Soria	21,5%	68,3%	5,6%	0,0%	4,7%	100,0%
Valladolid	20,1%	68,8%	2,8%	3,4%	4,9%	100,0%
Zamora	26,8%	64,6%	0,0%	1,8%	6,8%	100,0%
Total	23,1%	65,6%	3,5%	2,4%	5,5%	100,0%

Gráfico 15.8

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados”





ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

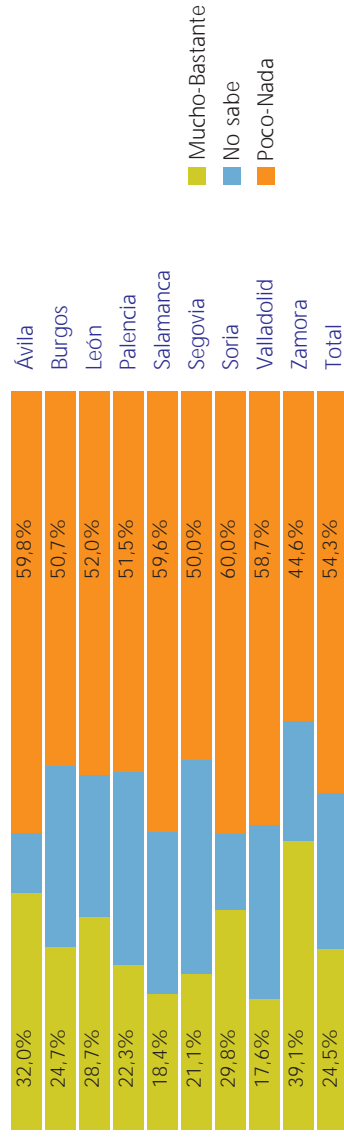
Tabla 15.9

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales”

Provincias	Mucho	Bastante	Poco	Nada	No sabe	Total
Ávila	10,3%	21,7%	0,00	59,8%	8,2%	100,0%
Burgos	3,9%	20,8%	3,4%	47,3%	24,7%	100,0%
León	9,8%	18,9%	4,2%	47,8%	19,3%	100,0%
Palencia	4,0%	18,3%	3,6%	47,9%	26,2%	100,0%
Salamanca	7,5%	10,9%	7,9%	51,7%	22,0%	100,0%
Segovia	3,8%	17,3%	0,8%	49,2%	28,9%	100,0%
Soria	3,7%	26,1%	5,9%	54,0%	10,3%	100,0%
Valladolid	2,4%	15,3%	7,1%	51,6%	23,7%	100,0%
Zamora	5,7%	33,4%	2,9%	41,7%	16,3%	100,0%
Total	5,8%	18,6%	4,6%	49,7%	21,2%	100,0%

Gráfico 15.9

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales”



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

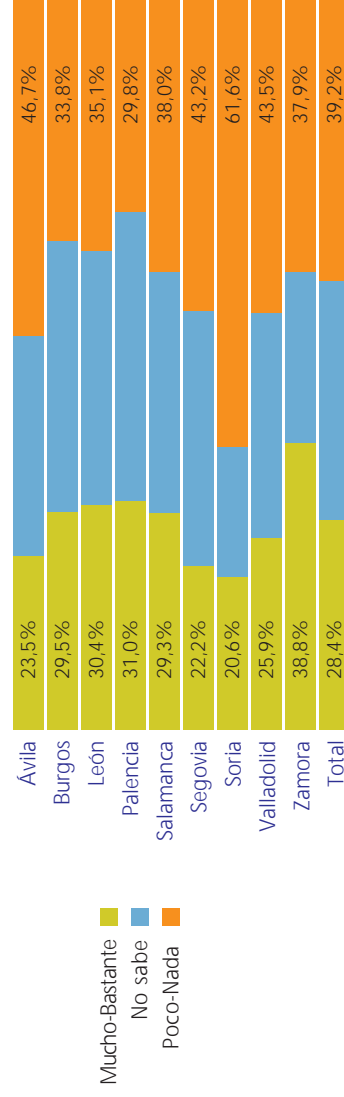
Tabla 15.10

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada"

Provincias	Mucho	Bastante	Poco	Nada	No sabe	Total
Ávila	5,1%	18,4%	5,1%	41,5%	29,8%	100,0%
Burgos	3,3%	26,2%	7,9%	25,9%	36,7%	100,0%
León	5,4%	25,0%	6,1%	29,0%	34,5%	100,0%
Palencia	0,9%	30,1%	10,3%	19,5%	39,2%	100,0%
Salamanca	1,2%	28,0%	13,8%	24,3%	32,7%	100,0%
Segovia	0,2%	22,0%	13,8%	29,4%	34,6%	100,0%
Soria	1,3%	19,3%	21,5%	40,2%	17,8%	100,0%
Valladolid	3,7%	22,2%	12,9%	30,6%	30,6%	100,0%
Zamora	4,8%	34,1%	3,0%	34,9%	23,2%	100,0%
Total	3,3%	25,1%	9,9%	29,3%	32,4%	100,0%

Gráfico 15.10

Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada"



ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

15.2 Análisis sectorial

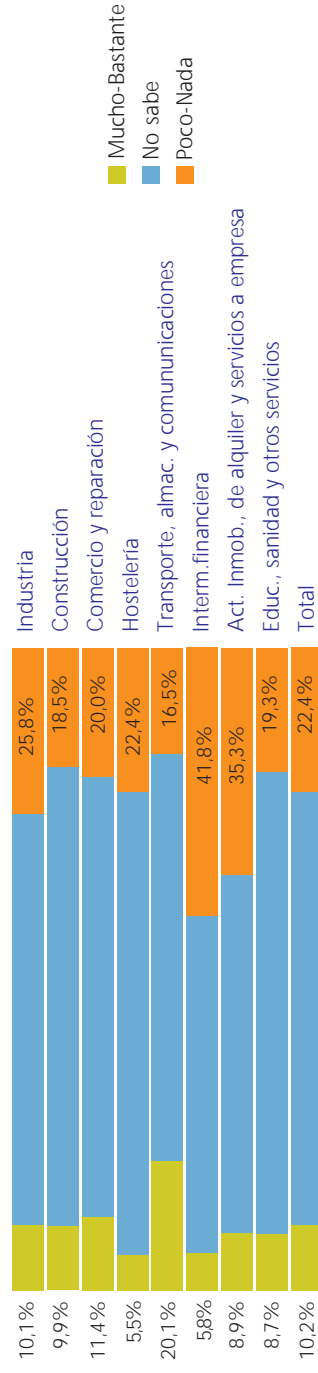
Tabla 15.11

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas"

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
Industria	2,5%	7,6%	8,4%	17,4%	64,1%
Construcción	1,1%	8,8%	4,9%	13,7%	71,6%
Comercio y reparación	3,0%	8,4%	4,4%	15,6%	68,5%
Hostelería	2,0%	3,5%	9,1%	13,3%	72,1%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	0,00	20,1%	11,1%	5,4%	63,4%
Intermediación financiera	0,00	5,8%	0,00	41,8%	52,5%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	1,8%	7,2%	5,7%	29,6%	55,8%
Educación, sanidad y otros servicios	2,5%	6,2%	2,9%	16,4%	72,0%
Total	2,0%	8,2%	5,9%	16,5%	67,4%

Gráfico 15.11

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas"



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

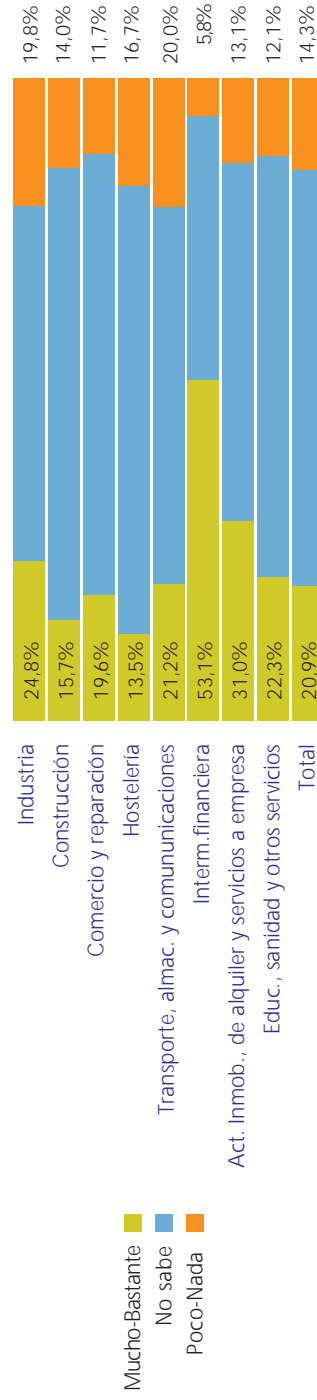
Tabla 15.12

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas"

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
Industria	6,5%	18,3%	7,1%	12,8%	55,4%
Construcción	5,6%	10,0%	3,0%	11,0%	70,3%
Comercio y reparación	9,3%	10,2%	2,3%	9,4%	68,7%
Hostelería	3,0%	10,5%	5,3%	11,4%	69,8%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	7,3%	14,0%	11,2%	8,8%	58,7%
Intermediación financiera	23,0%	30,1%	0,00	5,8%	41,2%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,2%	30,8%	1,5%	11,6%	55,9%
Educación, sanidad y otros servicios	8,1%	14,2%	2,7%	9,3%	65,6%
Total	6,3%	14,5%	3,8%	10,5%	64,8%

Gráfico 15.12

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas"



ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

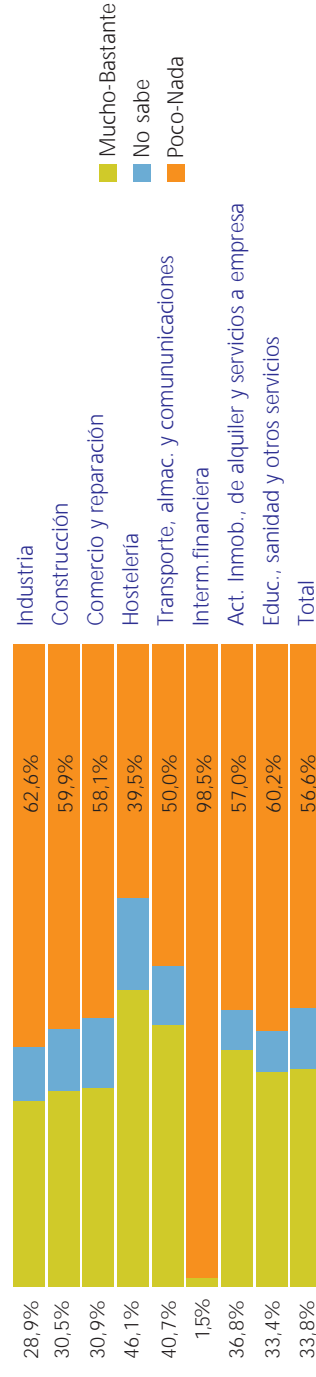
Tabla 15.13

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: “Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse”

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
Industria	5,4%	23,4%	17,2%	45,4%	8,6%
Construcción	6,7%	23,7%	12,5%	47,5%	9,6%
Comercio y reparación	13,0%	17,9%	14,1%	44,0%	11,0%
Hostelería	2,0%	44,1%	11,7%	27,7%	14,4%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	14,1%	26,6%	10,0%	40,0%	9,3%
Intermediación financiera	0,00	1,5%	0,00	98,5%	0,00
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	6,8%	30,0%	8,4%	48,5%	6,3%
Educación, sanidad y otros servicios	11,4%	22,0%	15,5%	44,7%	6,4%
Total	8,7%	25,2%	12,9%	43,8%	9,5%

Gráfico 15.13

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: “Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse”



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

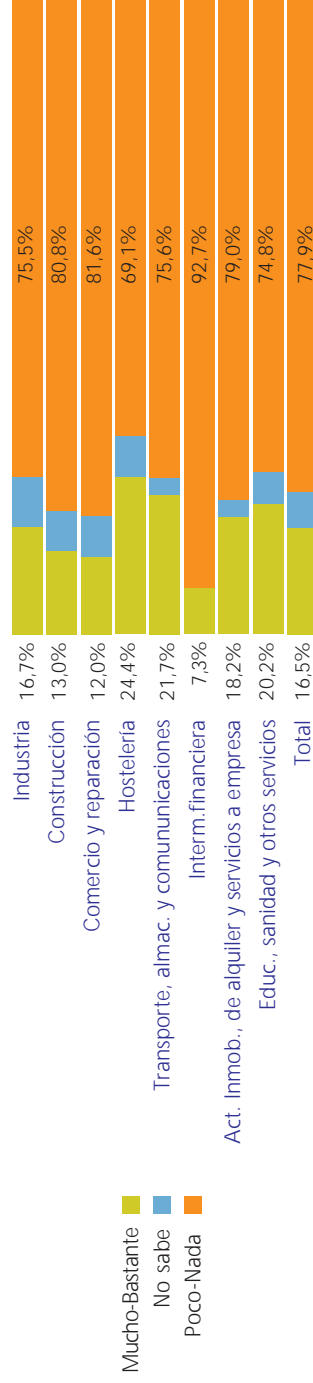
Tabla 15.14

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos"

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
Industria	0,8%	15,8%	17,1%	58,4%	7,8%
Construcción	3,2%	9,8%	19,3%	61,5%	6,2%
Comercio y reparación	3,3%	8,8%	19,8%	61,8%	6,3%
Hostelería	1,8%	22,6%	13,1%	56,0%	6,5%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	0,6%	21,1%	30,9%	44,7%	2,7%
Intermediación financiera	5,8%	1,5%	11,5%	81,2%	0,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	1,3%	16,8%	10,1%	68,9%	2,8%
Educación, sanidad y otros servicios	3,8%	16,4%	10,3%	64,5%	5,0%
Total	2,5%	14,1%	16,9%	61,0%	5,6%

Gráfico 15.14

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos"



ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

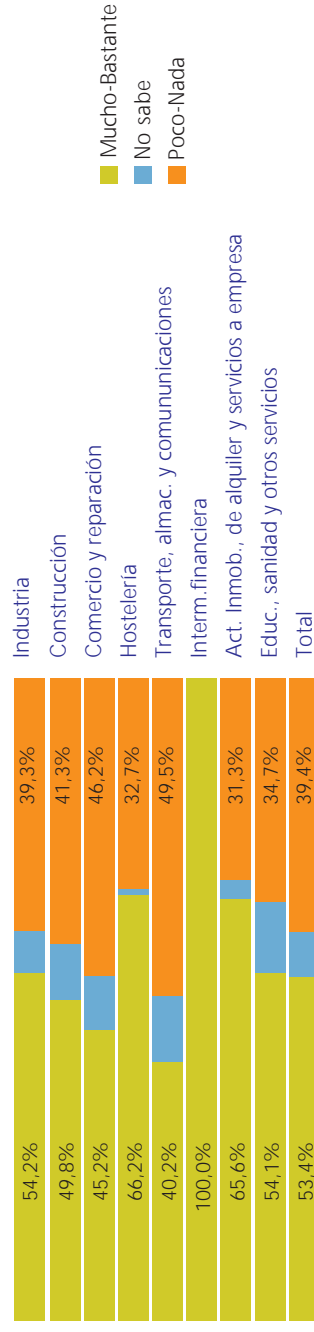
Tabla 15.15

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: “Un aumento de la competencia en el mercado castellano y leonés mejoraría la competitividad de las empresas”

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
Industria	9,7%	44,5%	9,6%	29,8%	6,5%
Construcción	8,4%	41,4%	12,7%	28,7%	8,9%
Comercio y reparación	13,0%	32,2%	6,2%	40,0%	8,6%
Hostelería	9,7%	56,5%	12,9%	19,8%	1,1%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	3,9%	36,3%	15,4%	34,1%	10,3%
Intermediación financiera	30,2%	69,8%	0,00	0,00	0,00
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	14,3%	51,4%	6,5%	24,9%	3,1%
Educación, sanidad y otros servicios	16,1%	38,0%	5,2%	29,6%	11,2%
Total	11,5%	41,9%	9,0%	30,4%	7,1%

Gráfico 15.15

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: “Un aumento de la competencia en el mercado castellano y leonés mejoraría la competitividad de las empresas”



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

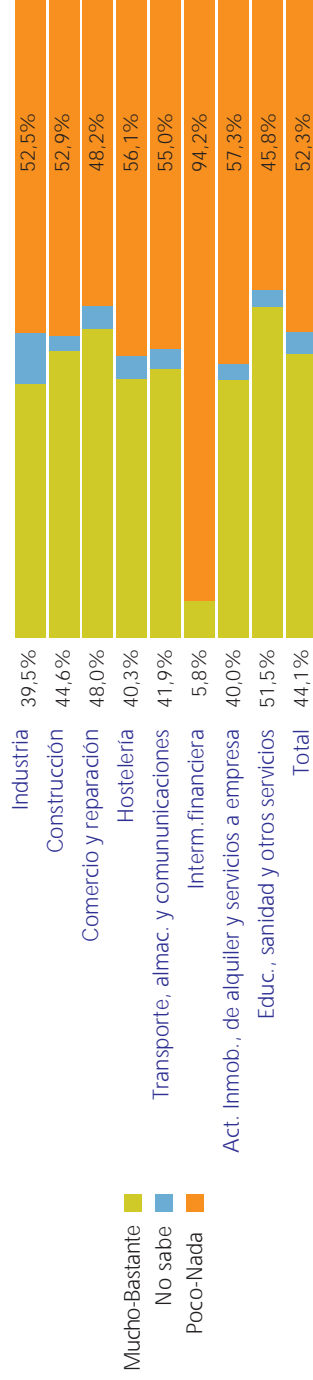
Tabla 15.16

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: “Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa”

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
Industria	6,9%	32,5%	14,2%	38,2%	8,0%
Construcción	6,1%	38,5%	15,1%	37,8%	2,4%
Comercio y reparación	16,6%	31,4%	13,0%	35,2%	3,8%
Hostelería	3,3%	37,0%	11,2%	45,0%	3,6%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5,4%	36,5%	8,6%	46,3%	3,2%
Intermediación financiera	0,0%	5,8%	1,5%	92,7%	0,0%
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	4,4%	35,6%	7,3%	50,0%	2,7%
Educación, sanidad y otros servicios	15,2%	36,3%	14,3%	31,6%	2,7%
Total	9,4%	34,7%	12,3%	40,0%	3,6%

Gráfico 15.16

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: “Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa”



ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

Tabla 15.17

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: “Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados”

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
Industria	21,2%	60,8%	2,5%	2,9%	12,6%
Construcción	23,5%	69,2%	1,5%	1,1%	4,7%
Comercio y reparación	31,4%	57,0%	4,4%	2,6%	4,7%
Hostelería	10,0%	82,0%	1,1%	2,9%	4,0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	18,5%	71,9%	3,8%	2,5%	3,3%
Intermediación financiera	30,2%	69,8%	0,00	0,00	0,00
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	15,2%	77,9%	4,3%	2,6%	0,00
Educación, sanidad y otros servicios	28,8%	50,3%	7,1%	2,7%	11,1%
Total	23,1%	65,6%	3,5%	2,4%	5,5%

Gráfico 15.17

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: “Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados”

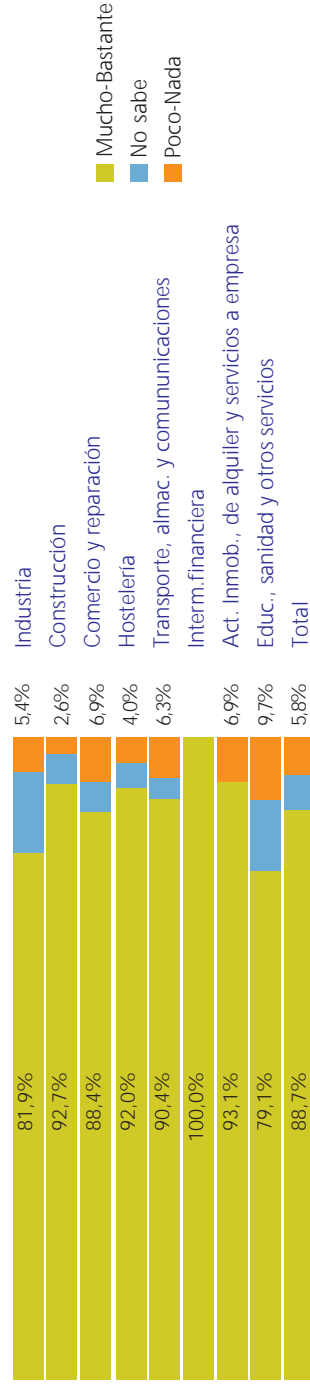


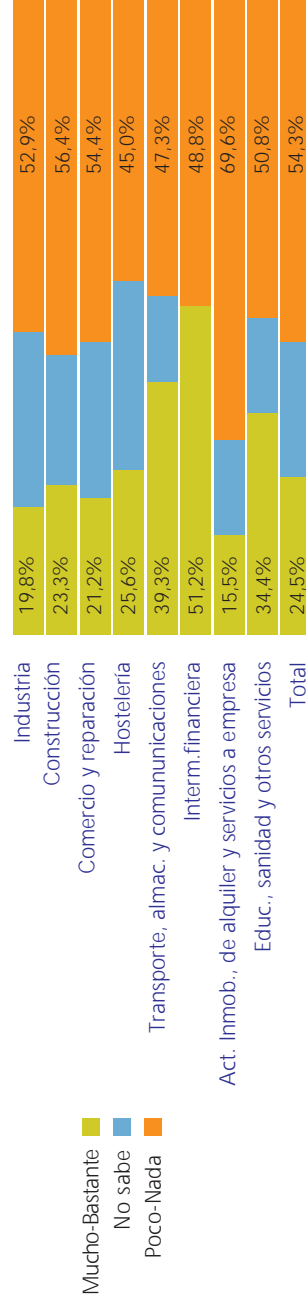
Tabla 15.18

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales"

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
Industria	2,4%	17,4%	4,9%	48,0%	27,3%
Construcción	7,5%	15,8%	8,1%	48,3%	20,3%
Comercio y reparación	8,5%	12,7%	4,0%	50,5%	24,4%
Hostelería	1,7%	23,8%	3,7%	41,3%	29,5%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	6,8%	32,5%	0,6%	46,8%	13,4%
Intermediación financiera	0,00	51,2%	0,00	48,8%	0,00
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	1,3%	14,2%	4,6%	65,0%	14,9%
Educación, sanidad y otros servicios	8,9%	25,5%	4,2%	46,6%	14,8%
Total	5,8%	18,6%	4,6%	49,7%	21,2%

Gráfico 15.18

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales"



ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

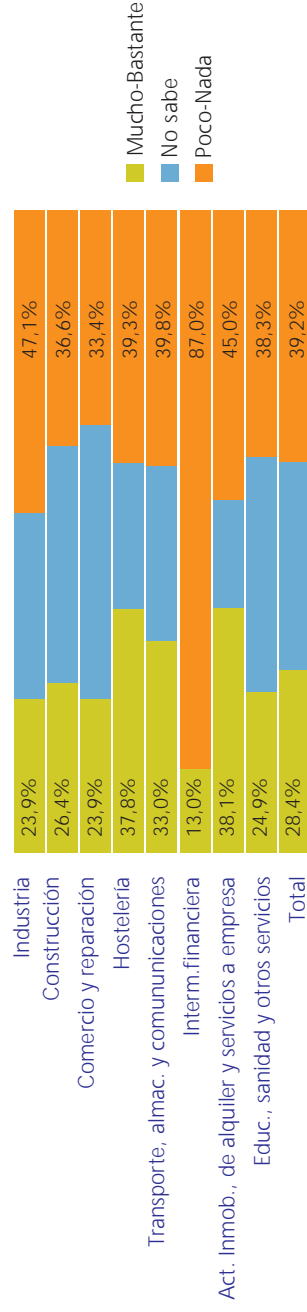
Tabla 15.19

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: “La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada”

Sectores	Mucha	Bastante	Poca	Nada	Total
Industria	0,9%	23,0%	15,1%	32,0%	29,0%
Construcción	1,7%	24,7%	7,3%	29,4%	37,0%
Comercio y reparación	6,3%	17,6%	6,8%	26,6%	42,7%
Hostelería	0,4%	37,4%	13,5%	25,7%	22,9%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,7%	30,3%	10,9%	28,9%	27,2%
Intermediación financiera	0,00	13,0%	0,00	87,0%	0,00
Actividades inmobiliarias, de alquiler y servicios a empresa	0,00	38,1%	11,6%	33,4%	16,9%
Educación, sanidad y otros servicios	8,0%	16,8%	11,2%	27,1%	36,8%
Total	3,3%	25,1%	9,9%	29,3%	32,4%

Gráfico 15.19

Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: “La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada”



15.3 Análisis por tamaño de empresas

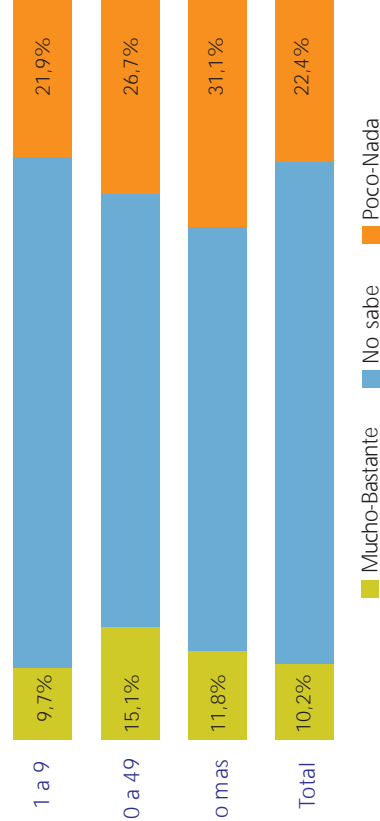
Tabla 15.20

Grado de acuerdo por tamaño con la afirmación: "Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas"

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1 a 9	2,0%	7,6%	5,4%	16,5%	68,5%	100,0%
10 a 49	2,2%	12,9%	8,4%	18,3%	58,2%	100,0%
50 ó más	0,1%	11,8%	23,9%	7,2%	57,0%	100,0%
Total	2,0%	8,2%	5,9%	16,5%	67,4%	100,0%

Gráfico 15.20

Grado de acuerdo por tamaño con la afirmación: "Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas"



ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

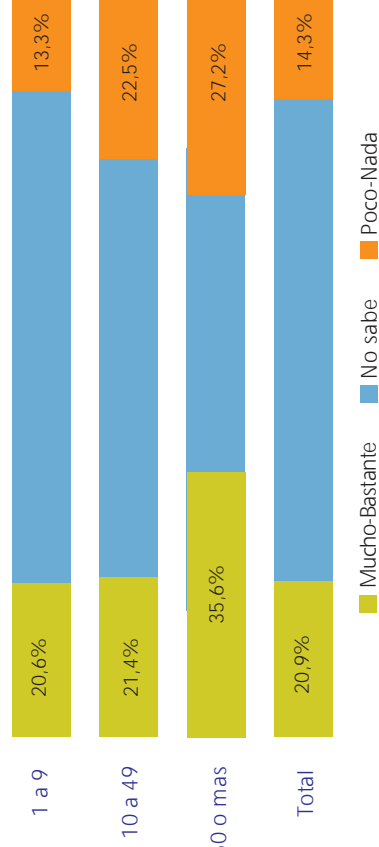
Tabla 15.21

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas”

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1 a 9	6,3%	14,3%	3,1%	10,2%	66,1%	100,0%
10 a 49	5,4%	16,0%	9,2%	13,3%	56,1%	100,0%
50 ó más	15,2%	20,3%	15,6%	11,6%	37,2%	100,0%
Total	6,3%	14,5%	3,8%	10,5%	64,8%	100,0%

Gráfico 15.21

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas”



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

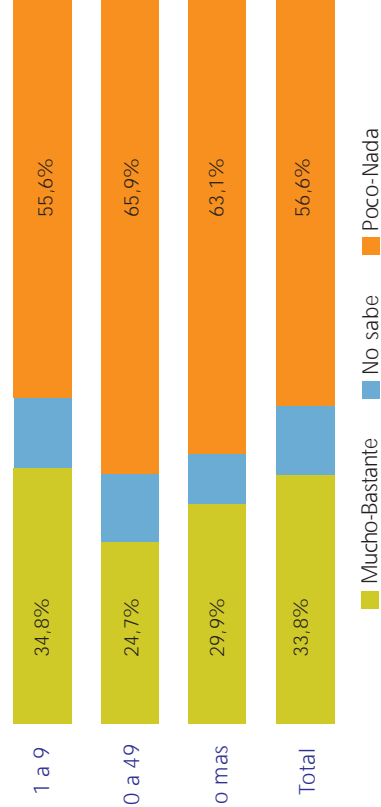
Tabla 15.22

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse”

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1 a 9	9,0%	25,8%	12,9%	42,7%	9,6%	100,0%
10 a 49	5,7%	19,0%	12,9%	53,0%	9,4%	100,0%
50 ó más	4,7%	25,2%	9,0%	54,1%	7,0%	100,0%
Total	8,7%	25,2%	12,9%	43,8%	9,5%	100,0%

Gráfico 15.22

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse”



ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

Tabla 15.23

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos”

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1 a 9	2,5%	14,0%	17,0%	60,9%	5,5%	100,0%
10 a 49	2,5%	15,1%	17,0%	59,1%	6,4%	100,0%
50 ó más	0,6%	12,0%	9,5%	76,4%	1,5%	100,0%
Total	2,5%	14,1%	16,9%	61,0%	5,6%	100,0%

Gráfico 15.23

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos”

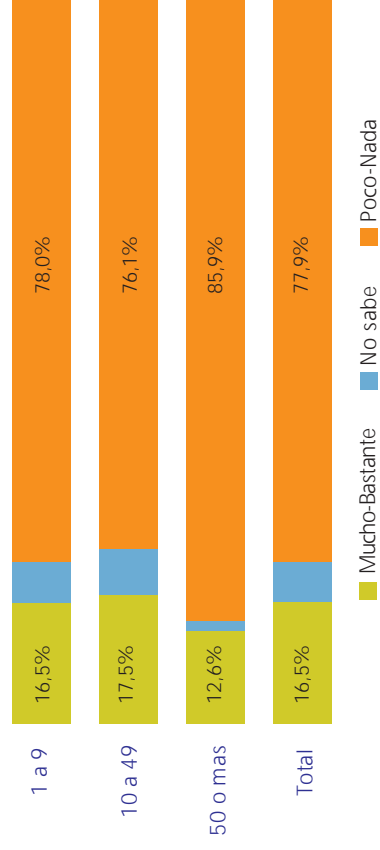


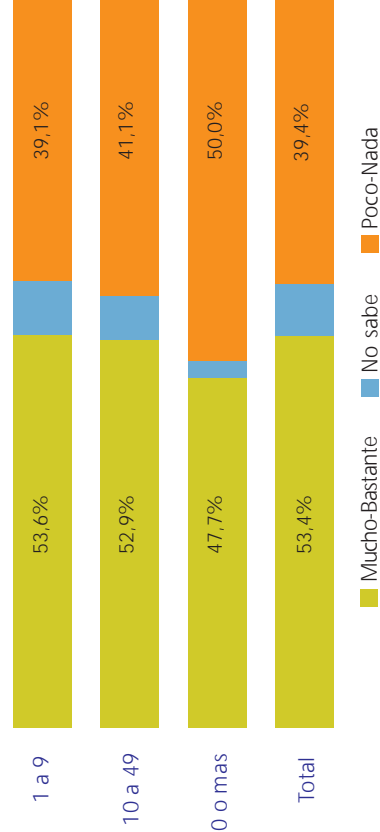
Tabla 15.24

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Un aumento de la competencia en el mercado castellano y leonés mejoraría la competitividad de las empresas”

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1 a 9	11,2%	42,4%	8,7%	30,4%	7,3%	100,0%
10 a 49	13,8%	39,1%	12,1%	29,0%	6,0%	100,0%
50 ó más	19,9%	27,8%	11,8%	38,2%	2,3%	100,0%
Total	11,5%	41,9%	9,0%	30,4%	7,1%	100,0%

Gráfico 15.24

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Un aumento de la competencia en el mercado castellano y leonés mejoraría la competitividad de las empresas”





ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

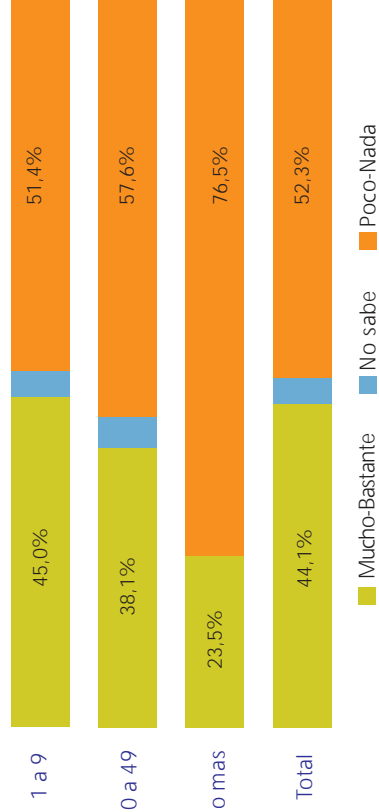
Tabla 15.25

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa”

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1 a 9	9,5%	35,5%	12,0%	39,4%	3,6%	100,0%
10 a 49	8,7%	29,4%	13,0%	44,7%	4,3%	100,0%
50 ó más	7,3%	16,1%	32,2%	44,4%	0,00	100,0%
Total	9,4%	34,7%	12,3%	40,0%	3,6%	100,0%

Gráfico 15.25

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa”



La percepción sobre la competencia en la comunidad autónoma de Castilla y León

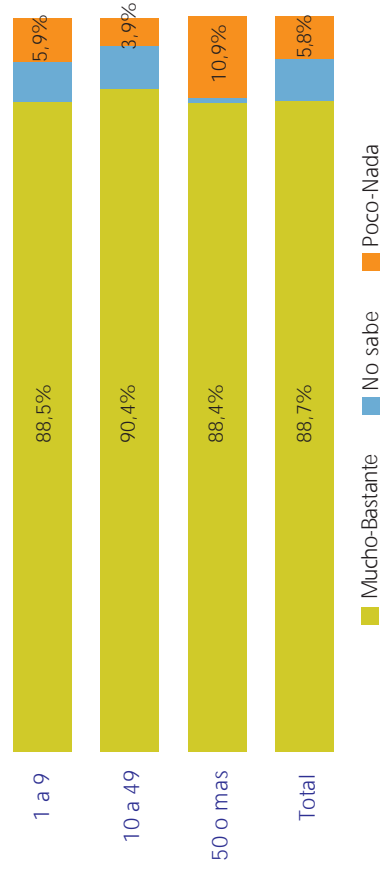
Tabla 15.26

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados"

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1 a 9	21,9%	66,6%	3,6%	2,3%	5,5%	100,0%
10 a 49	31,9%	58,5%	1,5%	2,4%	5,7%	100,0%
50 ó más	42,8%	45,5%	8,2%	2,7%	0,7%	100,0%
Total	23,1%	65,6%	3,5%	2,4%	5,5%	100,0%

Gráfico 15.26

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados"





ANEXO IX. GRADO DE ACUERDO CON DETERMINADAS AFIRMACIONES Y SITUACIONES

Tabla 15.27

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales”

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1 a 9	5,9%	5,6%	0,0%	5,8%	5,9%	5,6%
10 a 49	19,4%	11,7%	13,8%	18,6%	19,4%	11,7%
50 ó más	4,3%	6,0%	14,5%	4,6%	4,3%	6,0%
Total	49,2%	55,0%	49,5%	49,7%	49,2%	55,0%

Gráfico 15.27

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: “Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales”

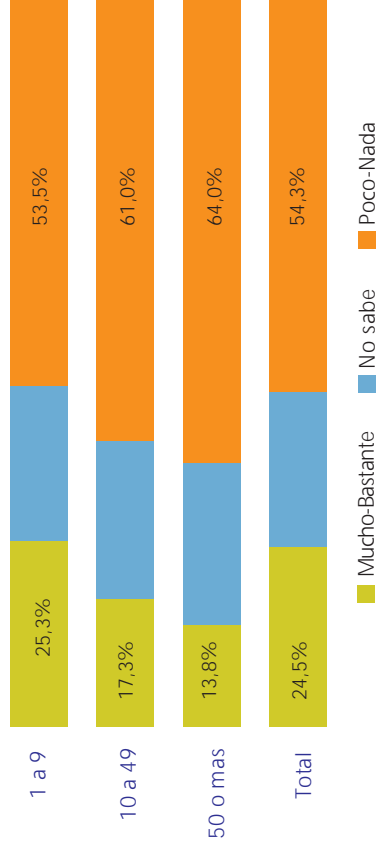


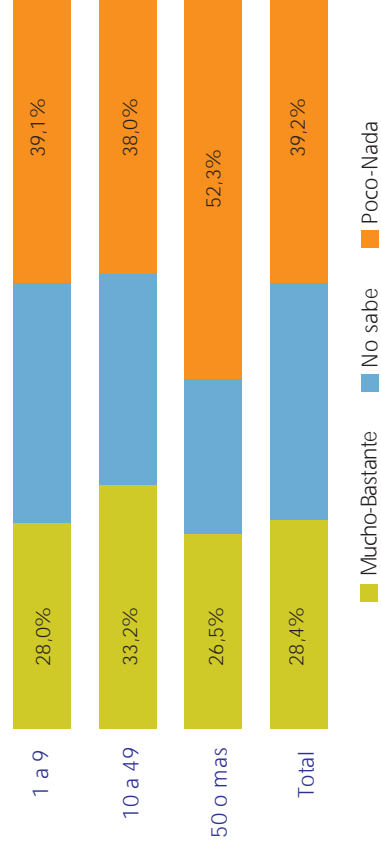
Tabla 15.28

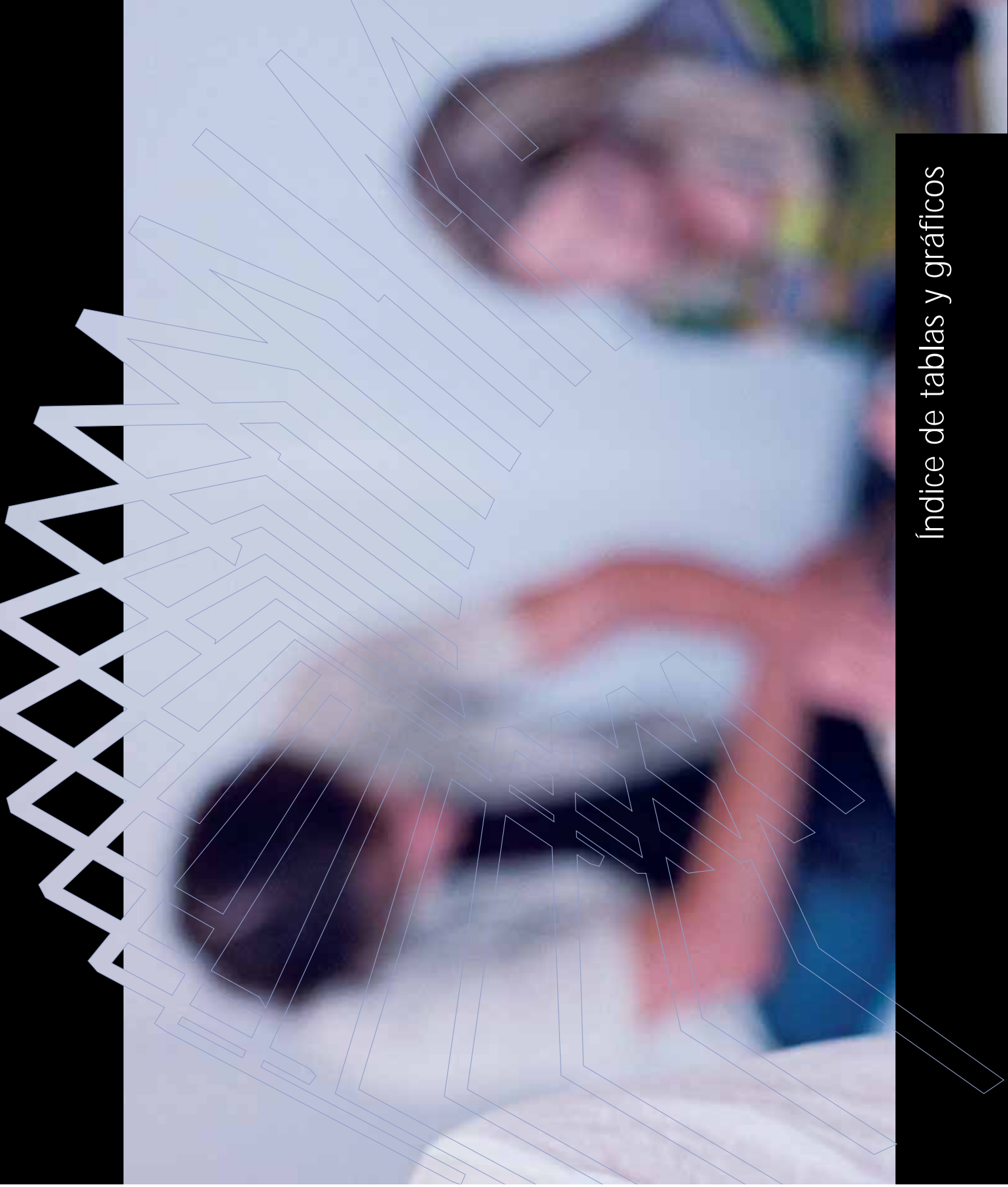
Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada"

Tamaño	Mucha	Bastante	Poca	Nada	No sabe	Total
1 a 9	3,1%	24,9%	9,5%	29,7%	32,9%	100,0%
10 a 49	5,1%	28,1%	10,8%	27,2%	28,8%	100,0%
50 ó más	6,9%	19,6%	33,4%	18,9%	21,1%	100,0%
Total	3,3%	25,1%	9,9%	29,3%	32,4%	100,0%

Gráfico 15.28

Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada"





Índice de tablas y gráficos



Índice de tablas

Tabla 2.1	Porcentaje en que se percibe la existencia de determinadas prácticas anticompetitivas de manera frecuente o muy frecuente por sectores.....	25
Tabla 2.2	Porcentaje en que se percibe la existencia de determinadas prácticas anticompetitivas de manera frecuente o muy frecuente por tamaño de empresa.....	27
Tabla 2.3	Porcentaje en que se percibe la existencia de determinadas prácticas anticompetitivas de manera frecuente o muy frecuente por provincias.....	28
Tabla 4.1	Número total de empresas en Castilla y León por tamaño y provincias en 2007.....	37
Tabla 4.2	Distribución de las empresas de Castilla y León con asalariados por tamaño y provincias en 2007.....	38
Tabla 4.3	Clasificación Nacional de Actividades Económicas.....	39
Tabla 4.4	Distribución de las empresas de Castilla y León con asalariados por tamaño y actividad en 2007.....	40

Tabla 4.5	Número de encuestas a realizar en cada provincia, sector y tamaño de empresa.....	42
Tabla 4.6	Distribución provincial de las encuestas.....	47
Tabla 4.7	Distribución de las encuestas por sector.....	47
Tabla 4.8	Distribución de las encuestas por tamaño.....	48
Tabla 6.1	Frecuencia con que se percibe la existencia de acuerdos entre empresas para realizar prácticas anticompetitivas.....	59
Tabla 6.2	Frecuencia con que se percibe la existencia de determinadas prácticas restrictivas de la competencia por parte de la Administración.....	68
Tabla 6.3	Frecuencia con que se percibe la existencia de determinadas prácticas restrictivas de la competencia.....	71
Tabla 9.1	Frecuencia con que se percibe la existencia de determinadas prácticas o conductas.....	109
Tabla 9.2	Frecuencia con que se percibe la venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior por provincias.....	111
Tabla 9.3	Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa.....	112
Tabla 9.4	Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos.....	113
Tabla 9.5	Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia.....	114



ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 9.6	Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos.....	115
Tabla 9.7	Frecuencia con que se percibe el funcionamiento de empresas ilegales o no autorizadas.....	116
Tabla 9.8	Frecuencia con que se percibe incumplimiento de patentes o falsificación de marcas.....	117
Tabla 9.9	Frecuencia con que se percibe la venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior por provincias.....	118
Tabla 9.10	Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa.....	119
Tabla 9.11	Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos.....	120
Tabla 9.12	Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia.....	121
Tabla 9.13	Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos.....	122
Tabla 9.14	Frecuencia con que se percibe la existencia de empresas ilegales o no autorizadas.....	123
Tabla 9.15	Frecuencia con que se percibe la existencia de incumplimientos de patentes o falsificación de marcas.....	124
Tabla 9.16	Frecuencia con que se venden productos por debajo de su coste o de calidad inferior.....	125
Tabla 9.17	Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa.....	126

Tabla 9.18	Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos.....	127
Tabla 9.19	Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia.....	128
Tabla 9.20	Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos.....	129
Tabla 9.21	Frecuencia con que se percibe la existencia de empresas ilegales o no autorizadas.....	130
Tabla 9.22	Frecuencia con que se percibe la existencia de incumplimientos de patentes o falsificación de marcas.....	131
Tabla 10.1	Frecuencia con que se percibe la existencia de acuerdos entre empresas para llevar a cabo determinadas prácticas.....	134
Tabla 10.2	Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales.....	135
Tabla 10.3	Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico.....	136
Tabla 10.4	Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores.....	137
Tabla 10.5	Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales.....	138
Tabla 10.6	Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico.....	139
Tabla 10.7	Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores.....	140



ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 10.8	Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales.....	141
Tabla 10.9	Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico.....	142
Tabla 10.10	Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores.....	143
Tabla 11.1	Frecuencia con que se percibe que las empresas dominantes realizan determinadas prácticas.....	146
Tabla 11.2	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales.....	148
Tabla 11.3	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico.....	149
Tabla 11.4	Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios.....	150
Tabla 11.5	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales.....	152
Tabla 11.6	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico.....	153
Tabla 11.7	Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios.....	154

Tabla 11.8	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales.....	156
Tabla 11.9	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico.....	157
Tabla 11.10	Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios.....	158
Tabla 12.1	Grado en que las empresas se ven afectadas por las prácticas anticompetitivas.....	160
Tabla 12.2	Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas.....	161
Tabla 12.3	Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante.....	162
Tabla 12.4	Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las administraciones públicas.....	163
Tabla 12.5	Grado en que las empresas se ven afectadas otras prácticas.....	164
Tabla 12.6	Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas.....	165
Tabla 12.7	Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante.....	166
Tabla 12.8	Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las administraciones públicas.....	167



ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 12.9	Grado en que las empresas se ven afectadas por otras prácticas	168
Tabla 12.10	Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas	169
Tabla 12.11	Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante	170
Tabla 12.12	Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las Administraciones Públicas	171
Tabla 12.13	Grado en que las empresas se ven afectadas por otras prácticas	172
Tabla 13.1	Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta que punto en su sector (o mercado) se dan las siguientes prácticas	174
Tabla 13.2	Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta que punto en su sector (o mercado) se dan prácticas o conductas restrictivas que limitan la competencia	178
Tabla 13.3	Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta que punto en su sector (o mercado) se dan barreras de entrada de nuevas empresas	179
Tabla 13.4	Evolución de las prácticas anticompetitivas en los últimos 12 meses por provincias	179
Tabla 13.5	Ámbito de actuación de las empresas que practican conductas anticompetitivas	180
Tabla 13.6	Tamaño de las empresas que practican conductas anticompetitivas	180
Tabla 13.7	Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta que punto en su sector (o mercado) se dan prácticas o conductas restrictivas que limitan la competencia	181

Tabla 13.8	Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta que punto en su sector (o mercado) se dan barreras de entrada de nuevas empresas.....	182
Tabla 13.9	Evolución de las prácticas anticompetitivas en los últimos 12 meses por sectores.....	183
Tabla 13.10	Ámbito de actuación de las empresas que practican conductas anticompetitivas por sectores.....	184
Tabla 13.11	Tamaño de las empresas que practican conductas anticompetitivas por sectores.....	185
Tabla 13.12	Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta que punto en su sector (o mercado) se dan prácticas o conductas restrictivas que limitan la competencia.....	186
Tabla 13.13	Utilizando una escala de 1 a 10 (siendo 1 muy poco y 10 mucho) señale hasta que punto en su sector (o mercado) se dan barreras de entrada de nuevas empresas.....	186
Tabla 13.14	Evolución de las prácticas anticompetitivas en los últimos 12 meses por tamaño.....	187
Tabla 13.15	Ámbito de actuación de las empresas que practican conductas anticompetitivas por tamaño.....	187
Tabla 13.16	Tamaño de las empresas que practican conductas anticompetitivas por tamaño.....	188
Tabla 14.1	Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por provincias.....	193
Tabla 14.2	Grado de conocimiento por provincias de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia.....	195



ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 14.3	Grado de importancia concedida en cada provincia a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses.....	196
Tabla 14.4	Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por sectores.....	197
Tabla 14.5	Grado de conocimiento por sectores de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia.....	199
Tabla 14.6	Grado de importancia concedida en cada sector a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses.....	200
Tabla 14.7	Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por tamaños.....	201
Tabla 14.8	Grado de conocimiento por tamaños de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia.....	203
Tabla 14.9	Grado de importancia concedida en cada tamaño de empresa a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses.....	204
Tabla 15.1	Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.....	205
Tabla 15.2	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas”.....	208
Tabla 15.3	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas”.....	209

Tabla 15.4	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse"	210
Tabla 15.5	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos"	211
Tabla 15.6	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "Un aumento de la competencia en el mercado castellano-leonés mejoraría la competitividad de las empresas"	212
Tabla 15.7	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa"	213
Tabla 15.8	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados"	214
Tabla 15.9	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales"	215
Tabla 15.10	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: "La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada"	216
Tabla 15.11	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas"	217
Tabla 15.12	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas"	218



ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 15.13	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse"	219
Tabla 15.14	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos"	220
Tabla 15.15	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Un aumento de la competencia en el mercado castellano y leonés mejoraría la competitividad de las empresas"	221
Tabla 15.16	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa"	222
Tabla 15.17	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados"	223
Tabla 15.18	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales"	224
Tabla 15.19	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada"	225
Tabla 15.20	Grado de acuerdo por tamaño con la afirmación: "Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas"	226

Tabla 15.21	Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas"	227
Tabla 15.22	Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse"	228
Tabla 15.23	Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos"	229
Tabla 15.24	Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Un aumento de la competencia en el mercado castellano y leonés mejoraría la competitividad de las empresas"	230
Tabla 15.25	Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa"	231
Tabla 15.26	Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados"	232
Tabla 15.27	Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales"	233
Tabla 15.28	Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada"	234



Índice de gráficos

Gráfico 5.1	Distribución provincial de las empresas.....	52
Gráfico 5.2	Distribución de las empresas por actividad.....	52
Gráfico 5.3	Distribución de las empresas por tamaño.....	53
Gráfico 5.4	Distribución de las empresas según la situación actual del sector.....	54
Gráfico 5.5	Distribución de las empresas según el área de influencia de su negocio.....	54
Gráfico 5.6	Distribución de las empresas según el tipo de cliente al que se dirige el producto o servicio.....	55
Gráfico 5.7	Distribución de las empresas según el número de años que lleva en el mercado.....	56
Gráfico 6.1	Frecuencia con que se percibe la existencia de acuerdos entre empresas para fijar precios u otras condiciones comerciales por sectores.....	60
Gráfico 6.2	Frecuencia con que se percibe la existencia de acuerdos entre empresas para fijar precios u otras condiciones comerciales por provincias.....	61

Gráfico 6.3	Grado en que se percibe la existencia de empresas con posición dominante.....	63
Gráfico 6.4	Prácticas observadas a las empresas con posición dominante	64
Gráfico 6.5	Frecuencia con que se percibe la imposición de precios u otras condiciones comerciales por las empresas con posición dominante por sectores.....	65
Gráfico 6.6	Grado en que se percibe la existencia de empresas con posición dominante por tamaño de empresa.....	67
Gráfico 6.7	Frecuencia con que se percibe la existencia de determinadas prácticas restrictivas de la competencia por parte de la Administración.....	69
Gráfico 6.8	Frecuencia con que se percibe la existencia de concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas por tamaño de empresa.....	70
Gráfico 6.9	Frecuencia con que se percibe la existencia de determinadas prácticas restrictivas de la competencia.....	72
Gráfico 6.10	Evolución durante el último año de las prácticas anticompetitivas.....	75
Gráfico 6.11	Tipo de empresas que realizan las prácticas anticompetitivas.....	76
Gráfico 6.12	Grado en que las empresas se ven afectadas por las prácticas anticompetitivas.....	77
Gráfico 6.13	Grado de conocimiento de la normativa sobre defensa de la competencia.....	79
Gráfico 6.14	Grado de conocimiento de la normativa sobre defensa de la competencia por provincias.....	79



ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Gráfico 6.15	Facilidad de acceso a la normativa sobre defensa de la competencia.....	80
Gráfico 6.16	Grado de conocimiento de la existencia de órganos responsables de la competencia.....	81
Gráfico 6.17	Grado de conocimiento de las funciones de los órganos responsables de la competencia.....	82
Gráfico 6.18	Grado de acuerdo con las sanciones a las empresas e incumplimiento de la normativa.....	83
Gráfico 6.19	Importancia otorgada a la defensa de la competencia y a la existencia de órganos que defiendan la libre competencia.....	85
Gráfico 6.20	Importancia concedida por sectores a que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados.....	85
Gráfico 6.21	Grado en que un incremento de la competencia causaría dificultades a la empresa.....	86
Gráfico 6.22	Grado en que un incremento de la competencia mejoraría la competitividad de las empresas regionales.....	87
Gráfico 6.23	Grado de conformidad con que los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones no deberían prohibirse.....	88
Gráfico 6.24	Grado de conformidad con que las empresas con posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos.....	88
Gráfico 6.25	Relación entre la actuación pública y la competencia.....	91
Gráfico 9.1	Frecuencia con que con que se percibe la existencia de determinadas prácticas o conductas.....	110

Gráfico 9.2	Frecuencia con que se percibe la venta de productos por debajo de su coste o de calidad inferior por provincias	111
Gráfico 9.3	Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa	112
Gráfico 9.4	Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos	113
Gráfico 9.5	Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia	114
Gráfico 9.6	Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos	115
Gráfico 9.7	Frecuencia con que se percibe la existencia de empresas ilegales o no autorizadas	116
Gráfico 9.8	Frecuencia con que se percibe la existencia de incumplimientos de patentes o falsificación de marcas	117
Gráfico 9.9	Frecuencia con que se venden productos por debajo de su coste o de calidad inferior	118
Gráfico 9.10	Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa	119
Gráfico 9.11	Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos	120
Gráfico 9.12	Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia	121



ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Gráfico 9.13	Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos.....	122
Gráfico 9.14	Frecuencia con que se percibe la existencia de empresas ilegales o no autorizadas.....	123
Gráfico 9.15	Frecuencia con que se percibe la existencia de incumplimientos de patentes o falsificación de marcas.....	124
Gráfico 9.16	Frecuencia con que se venden productos por debajo de su coste o de calidad inferior.....	125
Gráfico 9.17	Frecuencia con que se percibe la utilización de publicidad engañosa.....	126
Gráfico 9.18	Frecuencia con que se percibe la realización de contratos con términos confusos.....	127
Gráfico 9.19	Frecuencia con que se percibe que la concesión de ayudas o subvenciones a empresas por parte de las Administraciones Públicas reduce la competencia.....	128
Gráfico 9.20	Frecuencia con que se perciben dificultades injustificadas para participar en contratos públicos.....	129
Gráfico 9.21	Frecuencia con que se percibe la existencia de empresas ilegales o no autorizadas.....	130
Gráfico 9.22	Frecuencia con que se percibe la existencia de incumplimientos de patentes o falsificación de marcas.....	131
Gráfico 10.1	Frecuencia con que con que se percibe la existencia de acuerdos entre empresas para llevar a cabo determinadas prácticas.....	134

Gráfico 10.2	Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales.....	135
Gráfico 10.3	Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico.....	136
Gráfico 10.4	Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores.....	137
Gráfico 10.5	Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales.....	138
Gráfico 10.6	Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico.....	139
Gráfico 10.7	Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores.....	140
Gráfico 10.8	Frecuencia con que se percibe la fijación de precios u otras condiciones comerciales.....	141
Gráfico 10.9	Frecuencia con que se percibe que se limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico.....	142
Gráfico 10.10	Frecuencia con que se percibe un reparto de mercado o de proveedores.....	143
Gráfico 11.1	Grado en que se percibe la existencia de empresas con posición dominante.....	145
Gráfico 11.2	Prácticas observadas a las empresas con posición dominante.....	146
Gráfico 11.3	Existencia de empresas dominantes.....	147



ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Gráfico 11.4	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales.....	148
Gráfico 11.5	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico	149
Gráfico 11.6	Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios.....	150
Gráfico 11.7	Existencia de empresas dominantes.....	151
Gráfico 11.8	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales.....	152
Gráfico 11.9	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico.....	153
Gráfico 11.10	Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios.....	154
Gráfico 11.11	Existencia de empresas dominantes.....	155
Gráfico 11.12	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante impone de forma directa o indirecta precios u otras condiciones comerciales.....	156
Gráfico 11.13	Frecuencia con que se percibe que la empresa con posición dominante limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico.....	157

Gráfico 11.14	Frecuencia con que se percibe que la empresa dominante se niega a satisfacer demandas de productos o prestaciones de servicios.....	158
Gráfico 12.1	Grado en que las empresas se ven afectadas por las prácticas anticompetitivas.....	160
Gráfico 12.2	Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas.....	161
Gráfico 12.3	Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante.....	162
Gráfico 12.4	Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las administraciones públicas.....	163
Gráfico 12.5	Grado en que las empresas se ven afectadas otras prácticas.....	164
Gráfico 12.6	Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas.....	165
Gráfico 12.7	Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante.....	166
Gráfico 12.8	Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las administraciones públicas.....	167
Gráfico 12.9	Grado en que las empresas se ven afectadas por otras prácticas.....	168
Gráfico 12.10	Grado en que las empresas se ven afectadas por los acuerdos entre empresas.....	169
Gráfico 12.11	Grado en que las empresas se ven afectadas por abusos de posición dominante.....	170



ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Gráfico 12.12	Grado en que las empresas se ven afectadas por actuaciones de las Administraciones Públicas.....	171
Gráfico 12.13	Grado en que las empresas se ven afectadas por otras prácticas.....	172
Gráfico 13.1	Evolución de las prácticas anticompetitivas en los últimos 12 meses.....	175
Gráfico 13.2	Ámbito de actuación de las empresas que practican conductas anticompetitivas.....	176
Gráfico 13.3	Tamaño de las empresas que practican conductas anticompetitivas.....	177
Gráfico 14.1	Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia.....	189
Gráfico 14.2	Grado de conocimiento de la existencia de los órganos responsables de la competencia.....	190
Gráfico 14.3	Grado de conocimiento de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia.....	191
Gráfico 14.4	Grado de importancia concedida a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses.....	192
Gráfico 14.5	Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por provincias.....	193
Gráfico 14.6	Grado de conocimiento por provincias de la existencia de una Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.....	194
Gráfico 14.7	Grado de conocimiento por provincias de la creación reciente del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad de Castilla y León.....	194

Gráfico 14.8	Grado de conocimiento por provincias de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia.....	195
Gráfico 14.9	Grado de importancia concedida en cada provincia a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses.....	196
Gráfico 14.10	Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por sectores.....	197
Gráfico 14.11	Grado de conocimiento por sectores de la existencia de una Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.....	198
Gráfico 14.12	Grado de conocimiento por sectores de la creación reciente del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad de Castilla y León.....	198
Gráfico 14.13	Grado de conocimiento por sectores de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia.....	199
Gráfico 14.14	Grado de importancia concedida en cada sector a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses.....	200
Gráfico 14.15	Grado de conocimiento de la normativa legal sobre defensa de la competencia por tamaños.....	201
Gráfico 14.16	Grado de conocimiento por tamaños de la existencia de una Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.....	202
Gráfico 14.17	Grado de conocimiento por tamaños de la creación reciente del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad de Castilla y León.....	202



ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Gráfico 14.18	Grado de conocimiento por tamaños de las funciones y responsabilidades de los Órganos encargados de la defensa de la competencia.....	203
Gráfico 14.19	Grado de importancia concedida en cada tamaño de empresa a la tarea de defender la competencia en los mercados castellanos y leoneses.....	204
Gráfico 15.1	Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.....	207
Gráfico 15.2	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas”.....	208
Gráfico 15.3	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas”.....	209
Gráfico 15.4	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse”.....	210
Gráfico 15.5	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos”.....	211
Gráfico 15.6	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Un aumento de la competencia en el mercado castellano-leonés mejoraría la competitividad de las empresas”.....	212
Gráfico 15.7	Grado de acuerdo por provincias con la afirmación: “Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa”.....	213

- Gráfico 15.8** Grado de acuerdo por provincias con la afirmación:
"Es importante que existan órganos que defiendan
la libre competencia en los mercados" 214
- Gráfico 15.9** Grado de acuerdo por provincias con la afirmación:
"Mi empresa sufre una competencia injusta por causa
de ayudas públicas concedidas a empresas rivales" 215
- Gráfico 15.10** Grado de acuerdo por provincias con la afirmación:
"La contratación pública se hace, desde mi punto de vista,
de una forma adecuada" 216
- Gráfico 15.11** Grado de acuerdo por sectores con la afirmación:
"Las sanciones a las empresas que incumplen las normas
de defensa de la competencia son excesivas" 217
- Gráfico 15.12** Grado de acuerdo por sectores con la afirmación:
"Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas
de defensa de la competencia sin ser sancionadas" 218
- Gráfico 15.13** Grado de acuerdo por sectores con la afirmación:
"Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones
comerciales no deberían prohibirse" 219
- Gráfico 15.14** Grado de acuerdo por sectores con la afirmación:
"Me parece bien que las empresas que tienen una posición
dominante la utilicen para lograr sus objetivos" 220
- Gráfico 15.15** Grado de acuerdo por sectores con la afirmación:
"Un aumento de la competencia en el mercado
castellano y leonés mejoraría la competitividad de las empresas" 221



ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Gráfico 15.16	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado) pondría en serias dificultades a mi empresa"	222
Gráfico 15.17	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Es importante que existan órganos que defiendan la libre competencia en los mercados"	223
Gráfico 15.18	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "Mi empresa sufre una competencia injusta por causa de ayudas públicas concedidas a empresas rivales"	224
Gráfico 15.19	Grado de acuerdo por sectores con la afirmación: "La contratación pública se hace, desde mi punto de vista, de una forma adecuada"	225
Gráfico 15.20	Grado de acuerdo por tamaño con la afirmación: "Las sanciones a las empresas que incumplen las normas de defensa de la competencia son excesivas"	226
Gráfico 15.21	Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Es demasiado fácil para las empresas incumplir las normas de defensa de la competencia sin ser sancionadas"	227
Gráfico 15.22	Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Los acuerdos entre empresas para fijar precios y otras condiciones comerciales no deberían prohibirse"	228
Gráfico 15.23	Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación: "Me parece bien que las empresas que tienen una posición dominante la utilicen para lograr sus objetivos"	229

- Gráfico 15.24** Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación:
"Un aumento de la competencia en el mercado
castellano y leonés mejoraría la competitividad de las empresas" 230
- Gráfico 15.25** Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación:
"Un aumento de la competencia en mi sector (o mercado)
pondría en serias dificultades a mi empresa" 231
- Gráfico 15.26** Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación:
"Es importante que existan órganos que defiendan
la libre competencia en los mercados" 232
- Gráfico 15.27** Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación:
"Mi empresa sufre una competencia injusta por causa
de ayudas públicas concedidas a empresas rivales" 223
- Gráfico 15.28** Grado de acuerdo por tamaños con la afirmación:
"La contratación pública se hace, desde mi punto de vista,
de una forma adecuada" 224