

## **Principals conclusions de l'estudi: "Condicions de mercat que faciliten la col·lusió entre empreses: el sector de la instal·lació i el manteniment d'ascensors a Catalunya"**

Des del punt de vista empresarial, el comportament cooperatiu entre empreses respon a certa lògica ja que permet incrementar els guanys d'aquells que formen part de l'acord. Ara bé, la contrapartida és que els consumidors són qui en resulten clarament perjudicats a causa d'una reducció de l'oferta, un augment dels preus no justificat i una pèrdua del seu excedent. És per aquest motiu que **els òrgans de defensa de la competència han d'estar especialment previnguts i alertes davant de qualsevol indicatiu de coordinació entre empreses** que pugui tenir com a resultat un detriment del funcionament concurrencial dels mercats i, en conseqüència, una pèrdua irrecuperable d'eficiència.

Dels models de teoria econòmica es desprèn que alguns mercats presenten unes condicions d'entorn més favorables que altres per tal que la cooperació i el manteniment d'un preu per sobre del cost marginal siguin possibles (p.ex. elevada concentració d'empreses, asimetries o barreres d'entrada). En línies generals, es poden identificar condicions necessàries però no suficients per a l'adopció i posterior manteniment d'un acord col·lusori. Tanmateix, que les empreses que potencialment poden estar involucrades en aquest acord **interaccionin repetidament en el temps** serà una condició indispensable per tal que una conducta col·lusòria sigui portada a terme.

La **Direcció General de l'ACCO** ha elaborat aquest estudi amb la intenció de presentar una síntesi de l'anàlisi del comportament de les empreses en mercats que presenten determinades característiques, amb l'objectiu d'explicar als operadors que en aquests mercats cal doblar les precaucions per no incórrer en pràctiques col·lusòries.

La descripció realitzada de les particularitats i dinàmica de funcionament dels mercats de la instal·lació i el manteniment d'ascensors a Catalunya permet visualitzar de forma molt clara el cúmul de factors que poden afavorir un comportament col·lusori entre empreses. Des del punt de vista de la teoria econòmica, la col·lusió és més factible en un sector com el dels ascensors ja que, en primer lloc, els agents interessats en dur a terme aquest tipus de pràctiques són les instal·ladores amb cert poder de mercat que estan integrades aigües avall i que interactuen repetidament en el mercat del manteniment i la reparació i, en segon lloc, existeixen suficients factors de mercat que incrementen la probabilitat de la col·lusió tàcita.

Aquesta consideració és extrapolable a tots aquells mercats que reuneixen aquests mateixos factors estructurals ja que són més proclius a què es produeixin pràctiques col·lusòries tendents a un repartiment o manteniment de les quotes de mercat. Els efectes que les pràctiques anticompetitives produeixen en mercats similars al del manteniment d'aparells elevadors no són gens menyspreables, perquè poden aconseguir un tancament del mercat que permeti mantenir la cartera de clients de les empreses integrades aigües amunt, augmentar els preus per sobre d'aquells considerats com a competitius i provocar una disminució del benestar dels consumidors junt amb una pèrdua irrecuperable d'eficiència.

Barcelona, març de 2010