

Principales conclusiones del estudio: “Condiciones de mercado que facilitan la colusión entre empresas: el sector de la instalación y el mantenimiento de ascensores en Catalunya”

Desde el punto de vista empresarial, el comportamiento cooperativo entre empresas responde a cierta lógica ya que permite incrementar las ganancias de aquellos que forman parte del acuerdo. Ahora bien, la contrapartida es que los consumidores son quienes resultan claramente perjudicados a causa de una reducción de la oferta, un aumento de los precios no justificado y una pérdida de su excedente. Es por este motivo que **los órganos de defensa de la competencia tienen que estar especialmente precavidos y alertas ante cualquier indicio de coordinación entre empresas** que pueda tener como resultado un detrimento del funcionamiento concurrencial de los mercados y, en consecuencia, una pérdida irrecuperable de eficiencia.

De los modelos de teoría económica se desprende que algunos mercados presentan unas condiciones de entorno más favorables que otros para que la cooperación y el mantenimiento de un precio por encima del coste marginal sean posibles (elevada concentración de empresas, simetrías entre empresas, barreras de entrada). Adicionalmente, se pueden identificar condiciones necesarias pero no suficientes para la adopción y posterior mantenimiento de un acuerdo colusorio. Sin embargo, que las empresas que potencialmente pueden estar involucradas en el mencionado acuerdo **interaccionen repetidamente en el tiempo** será una condición indispensable para que una conducta colusoria sea llevada a cabo.

La descripción realizada de las particularidades y dinámica de funcionamiento de los mercados de la instalación y el mantenimiento de ascensores en Catalunya permite visualizar de manera muy clara el cúmulo de factores que pueden favorecer un comportamiento colusorio. Desde el punto de vista de la teoría económica, la colusión es más factible en un sector como el de los ascensores ya que, en primer lugar, los agentes interesados en llevar a cabo este tipo de prácticas son las instaladoras con cierto poder de mercado que están integradas aguas abajo y que interactúan repetidamente en el mercado del mantenimiento y la reparación y, en segundo lugar, existen suficientes factores de mercado que incrementan la probabilidad de la mencionada colusión tácita.

Esta consideración es extrapolable a todos aquellos mercados que reúnen estos mismos factores estructurales ya que son más proclives a que se produzcan prácticas colusorias tendentes a un reparto o mantenimiento de las cuotas de mercado. Los efectos que las prácticas anticompetitivas producen en mercados similares al del mantenimiento de aparatos elevadores no son nada despreciables, porque pueden conseguir un cierre del mercado que permita mantener la cartera de clientes de las empresas integradas aguas arriba, aumentar los precios por encima de aquéllos considerados como competitivos y provocar una disminución del bienestar de los consumidores junto con una pérdida irrecuperable de eficiencia.

Barcelona, marzo de 2010