



CNMC

COMISIÓN NACIONAL DE LOS
MERCADOS Y LA COMPETENCIA

Seventh United Nations Conference to review the UN Set on Competition Policy

Ginebra, 6 de julio de 2015

Competencia y crecimiento

José María Marín-Quemada
Presidente de la CNMC

1. Determinantes del diferencial de crecimiento entre USA y la Eurozona.
2. El crecimiento y el papel de las Autoridades de Competencia.
3. Necesidad de valorar la aportación de las Autoridades de Competencia.
4. Evidencia empírica sobre los efectos de la política de competencia.
5. Competencia y objetivos sociales.
6. Competencia y “fair play”.
7. “Fair play” e independencia.
8. Conclusiones.

Determinantes del diferencial de crecimiento entre USA y la Eurozona

- Determinantes de los cambios en el **crecimiento del PIB a largo plazo**:

Tabla 1. Desglose del crecimiento del PIB a largo plazo por factores de producción*

	USA	Eurozona	Diferencial
PIB real**	2.4	1.4	1.0
Empleo (horas trabajadas)	0.6	0.3	0.3
Capital humano	0.2	0.2	0.0
Tecnologías de la información (TI)	0.6	0.3	0.3
Capital físico	0.5	0.5	0.0
Productividad total de los factores (PTF)	0.5	0.1	0.4

* Variación media interanual (%) 1997-2013

** PIB real calculado a precios constantes y paridad del poder adquisitivo (PPA)

Fuente: Gual (2014: 16)

- Horas trabajadas, inversión en TI y PTF explican la ventaja de USA en crecimiento.
- En este caso concreto, no es explicada por diferencias en infraestructuras o capital productivo, ni por la cualificación de los trabajadores.

- La **productividad total de los factores** (PTF) es un residuo que incluye los efectos sobre la producción total no explicados por otros factores. Esta medida captura la eficiencia con la que una economía *combina sus factores de producción*, y puede explicarse por tres elementos interrelacionados:
 - Factores **institucionales** y organizacionales.
 - Difusión del **cambio tecnológico** a largo plazo entre los sectores.
 - Presencia de **economías de escala**.
- Las Autoridades de Competencia no pueden influir directamente sobre otras variables, pero puede influir en el crecimiento a través de la PTF:
 - **factores institucionales**, como la regulación o las barreras de entrada, pueden ser modificados por la promoción y la defensa de la competencia.
 - La **difusión del cambio tecnológico** a largo plazo está relacionada con el nivel de competencia en la economía.
 - Las **economías de escala** están asociadas con la existencia de reglas comunes en el mercado, fomentadas por la política de competencia.

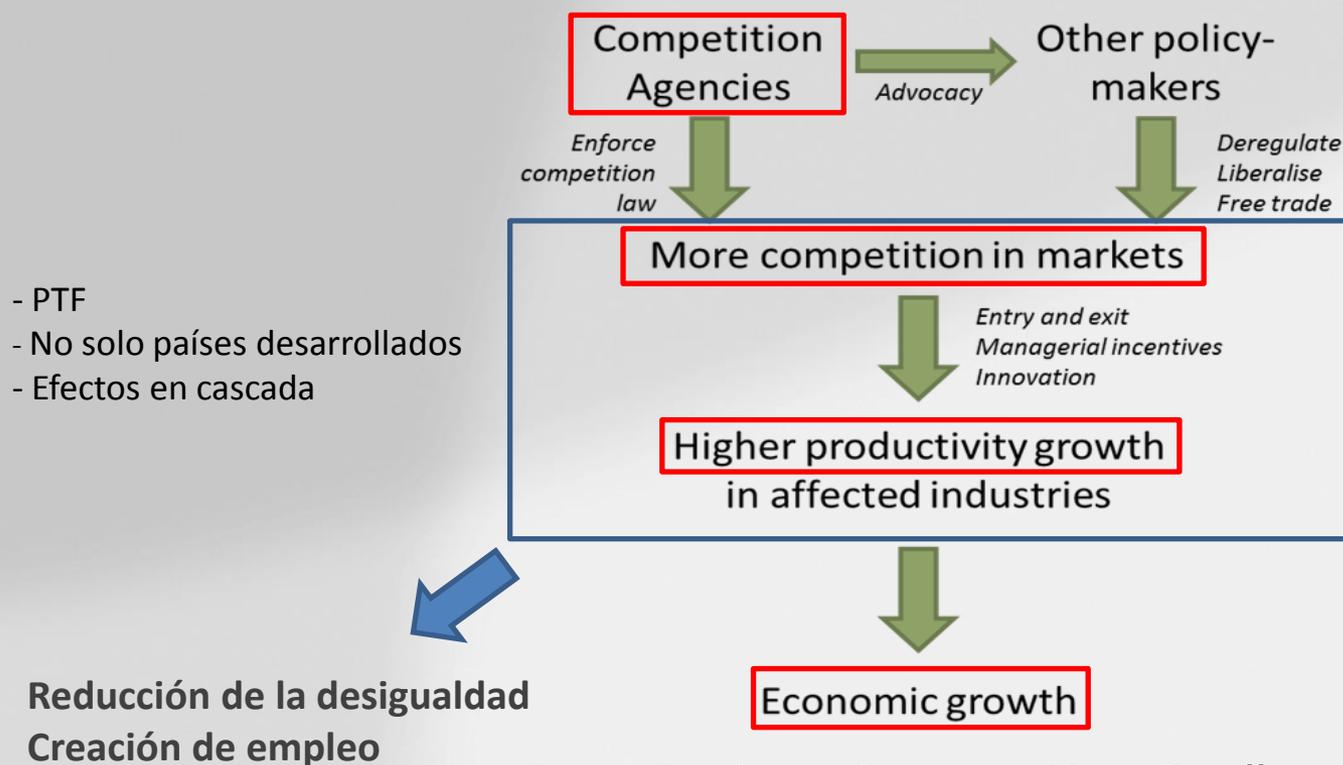
Necesidad de valorar la aportación de las Autoridades de Competencia

- Las Autoridades de Competencia deben ser capaces de justificar la necesidad de impulsar la competencia, y también de mostrar la utilidad de su trabajo:
 - estimando los efectos sobre los consumidores y, más en general, sobre la sociedad (CMA).
 - mostrando los efectos de su actividad sobre magnitudes económicas y sociales: productividad, crecimiento, innovación, empleo, desigualdad.

- En este sentido, dos publicaciones recientes de la OCDE:
 - OECD (2014a): *Guide for assessing the impact of competition authorities' activities.*
 - OECD (2014b): *Factsheet on how competition policy affects macro-economic outcomes.*

Evidencia empírica sobre los efectos de la política de competencia

- Cuantificar los efectos de las Autoridades de Competencia en el crecimiento económico es complicado, pero existen pruebas sólidas que respaldan las relaciones parciales entre las variables:



Fuente: *Factsheet on how competition policy affects macro-economic outcomes* (OECD, 2014: 2)

- En el caso de la **CNMC**, el mandato recibido **se ocupa directamente del bienestar y del cumplimiento de las reglas del juego**, no de impulsar el crecimiento económico: su objetivo es asegurar que los mercados funcionan de tal manera que el bienestar de la sociedad aumente.
- Por tanto, tiene un objetivo directamente relacionado con el bienestar y por evitar la competencia desleal: no se limita a asegurar la *libre competencia*.
- La CNMC **contribuye** al crecimiento económico, a la creación de empleo y a la reducción de la desigualdad de distintas maneras:
 - **Luchando contra los grandes grupos de interés** que pueden reducir la competencia en provecho propio.
 - **Reduciendo la intervención pública** innecesaria o las **rigideces regulatorias** que impiden la innovación.
 - **Evitando la fragmentación del mercado y las barreras de entrada** a nuevas empresas.

- A pesar de los claros efectos beneficiosos de carácter social, **la competencia tiene mala prensa en muchos países**, quizá debido en parte a falta de comunicación y en parte a la presión de los grupos de interés.
- Los **mandatos** de las Autoridades de Competencia de los distintos países **son variados. Sin embargo, en ningún caso** la competencia que defienden es **promover una concurrencia extrema en la que todas las empresas salen perjudicadas.**
- A la vez que se defiende la libre concurrencia, se trata de **proteger a los ciudadanos y a las empresas** que tienen menos poder, para evitar que puedan ser explotados impunemente por los grandes grupos de interés.
- Se trata de asegurar que **la ley y las reglas del juego son respetadas por todos**, y que no se tuercen en beneficio de unos pocos.

- Por eso, las **Autoridades de Competencia** necesitan ser efectivamente **independientes** para alcanzar sus objetivos de carácter social.
- En este caso, la **independencia** no se refiere solo al **poder político**, sino **sobre todo a los grupos económicos** más influyentes, que tienen muchos recursos para asegurar que sus intereses estén bien presentes en los medios de comunicación y en la agenda de las instancias de gobierno.
- Para contrarrestar ese poder hay dos armas particularmente eficaces, que la CNMC ha tratado de usar con rigor:
 - la **transparencia** de los análisis y de las valoraciones que fundamentan las decisiones, así como de los procesos de toma de decisiones.
 - el **esfuerzo por comunicar** con más efectividad la perspectiva que consideramos más beneficiosa para el interés general de la sociedad española, aunque muchas veces pueda resultar molesta.

- La política de competencia contribuye decisivamente al crecimiento económico y al empleo a través de la productividad, entendida como PTF.
- Sin embargo, conviene que tenga un mandato directamente dirigido a promover el bienestar social y a evitar la competencia desleal, sin limitarse a asegurar la libre competencia.
- Se trata de asegurar que la ley y las reglas del juego son respetadas por todos, y que no se tuercen en beneficio de unos pocos.
- Las autoridades de competencia necesitan ser efectivamente independientes, especialmente para alcanzar sus objetivos más relacionados con la vertiente social de su mandato.
- Dos armas particularmente eficaces: la transparencia y la comunicación institucional para reforzar la independencia y el rigor de las decisiones.

Gracias por su atención

Se agradecen los comentarios:

presidencia@cnmc.es

A. Evidencia empírica sobre los efectos macro de la política de competencia

Efectos de la competencia en la productividad y el crecimiento

- Las empresas más competitivas experimentan unas tasas de crecimiento de la productividad entre un 3,8 - 4,6% más elevadas que las menos competitivas.

Nickell (1996)

- Un aumento del 25% en la cuota de mercado lleva a un 1% de caída en la PTF a largo plazo.

- India y China: la PTF podría aumentar un 50% vía competencia sin necesidad de cambio tecnológico.

Hsieh y Klenow (2009, 2012) ¹

- Sudáfrica: más competencia -con una reducción de márgenes del 10%- podría incrementar el crecimiento anual de la productividad un 2-2,5%.

Aghion et al. (2008) ²

- 12 países de la OCDE, 22 sectores: relaciona la calidad de la política de competencia con la productividad.

- Cerca de una quinta parte del crecimiento de la productividad industrial en una economía en proceso de reforma (Reino Unido) podría atribuirse a las mejoras en la política de competencia.

Buccirossi et al. (2013) ³

¹ *The life cycle of plants in India and Mexico*. NBER Working Paper No. 18133

² "Competition and productivity growth in South Africa". *Economics of Transition*, 16(4), 741-768

³ "Competition policy and productivity growth: an empirical assessment". *Review of Economics and Statistics*, 95(4), 1324-1336

Fuente: *Factsheet on how competition policy affects macro-economic outcomes* (OECD, 2014), Section 3

B. Evidencia empírica sobre los efectos macro de la política de competencia

Efectos específicos de las políticas de competencia en la productividad y el crecimiento

- UK: estudio de los efectos de la legislación antitrust de 1956; en un periodo de ocho años, el crecimiento de la productividad del trabajo fue un 20-30% menor por la colusión.

Symeonidis (2008)

- USA: aumentar el presupuesto dedicado a política de competencia en 60 millones de dólares se traduciría en un aumento de la tasa de crecimiento económico del 0,85%.

Clougherty (2010) ¹

- USA: la suspensión selectiva de las leyes antitrust en los años treinta redujo la producción industrial un 10%.

Taylor (2002)

Efectos de la regulación anticompetitiva en la productividad y el crecimiento

- La regulación del mercado de factores productivos (p.ej. servicios profesionales) impone una penalización del 0,5% en el crecimiento anual de la productividad en los sectores “downstream”

Barone y Cingano (2008)

- Relajar las regulaciones anticompetitivas puede aumentar la tasa de crecimiento de la productividad más de un 1%, y puede hacer que la productividad sea al menos un 10% superior en el largo plazo.

Arnold et al. (2011)

- Economías de transición: en un estudio comparativo, las empresas que se enfrentaban a menos competencia (márgenes un 20% más altos) tenían menos productividad (PTF un 1,2% más baja).

- Las reformas procompetitivas generaron aumentos del 12-15% en PTF.

Ospina y Schiffbauer (2010)

¹ “Competition Policy Trends and Economic Growth: Cross-National Empirical Evidence”. *International Journal of the Economics of Business*, 17(1), 111-127

C. Evidencia empírica sobre los efectos macro de la política de competencia

PIB, estudios agregados	
- Crecimiento del PIB un 2-3% mayor en países que tienen legislación en materia de competencia con respecto a los que no la tienen.	Gutman y Voigt (2014) ¹
- Australia: la política de defensa de la competencia sumó al PIB australiano un 2,5%.	Productivity Commission (2005) ²
Estudios específicos	
- La productividad del trabajo se duplicó o se triplicó en la generación de electricidad tras la privatización.	Jamasb et al. (2004) (se trata de un "survey")
- USA y Canadá: las minas de hierro duplicaron la productividad del trabajo cuando la liberalización permitió la competencia de Brasil.	Schmitz (2005)

¹ *Lending a Hand to the Invisible Hand? Assessing the Effects of Newly Enacted Competition Laws*. Assessing the Effects of Newly Enacted Competition Laws (February 8, 2014).

² *Review of National Competition Policy Reforms*. Productivity Commission Inquiry Report No. 33

Fuente: *Factsheet on how competition policy affects macro-economic outcomes* (OECD, 2014), Section 3

D. Evidencia empírica sobre los efectos macro de la política de competencia

Desigualdad

- México: la pérdida de bienestar en productos monopolísticos es un 150% más elevada en el 10% de la población más pobre que en el 10% de la población urbana más rica.

Urzúa (2013) ¹

- USA: en torno al 50% de la riqueza de los hogares más ricos en los años 70 procedía de beneficios monopolísticos.

Comanor y Smiley (1975) ²

Empleo

- Francia: una disminución importante en la regulación de los mercados de bienes generaría un aumento de la tasa de empleo a largo plazo del 1,1%.

Fiori et al. (2012)

- Francia: la regulación de zonificación comercial en los años setenta redujo en un 10% la tasa de empleo a largo plazo en el sector de distribución minorista.

Bertrand y Krammarz (2001)

¹ “Distributive and regional effects of monopoly power”. *Economía Mexicana NUEVA EPOCA*, 22(2), 279-295

² “Monopoly and the Distribution of Wealth”. *The Quarterly Journal of Economics*, 89(2), 177-194

Fuente: *Factsheet on how competition policy affects macro-economic outcomes* (OECD, 2014), Section 3