

AE627 Enquisa sobre a percepción da competencia en Galicia

METODOLOGÍA

1. Objetivos y utilidades

La constitución garantiza, a través del artículo 38, la libertad de empresa en el marco de una economía de mercado; y la garantía y protección de la misma por los poderes públicos. Uno de los rasgos más característicos de la economía de mercado es la libre competencia entre las empresas, que garantiza una eficiencia productiva reasignando recursos a los agentes y procesos más productivos. Esto conlleva un mayor nivel bienestar para la sociedad en su conjunto. Además de una mejora para los consumidores, por medio de menores precios, o de mayor variedad y calidad de los productos.

El sistema de defensa de la Competencia en España es descentralizado, contando con un organismo de ámbito estatal para la defensa de la competencia en el conjunto del estado. Pero, también cuenta con organismos en comunidades autónomas con competencias en defensa de la competencia en casos de ámbito local y regional.

La realización de esta encuesta es el resultado de la cooperación del Instituto Galego de Estatística (IGE) y del Consello Galego da Competencia (CGC), órgano encargado en la Comunidad Autónoma de Galicia de investigar y perseguir las conductas prohibidas que restringen la libre competencia.

El objetivo de la encuesta es conocer la importancia que las empresas, a través de sus responsables, le dan a la libre competencia empresarial para el buen funcionamiento de la economía. Además, se busca conocer cuántos de ellos han observado algún tipo de conducta prohibida o abusiva que busque restringir la competencia mediante conductas colusorias o de posición dominante.

2. Ámbito de investigación e unidades

La encuesta está dirigida a empresas con sede social en Galicia y personalidad jurídica (sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, sociedades colectivas, sociedades comanditarias, comunidades de bienes y sociedades cooperativas). En concreto la

información se recaba de los gerentes de las empresas o, en su defecto, del jefe de compras u otro personal directivo que conozca la realidad de la empresa en su relación con proveedores y otras empresas del sector.

Los años impares estará dirigida a empresas cuya actividad principal sea comercial, por su especial importancia en el estudio de la competencia, y por ser el último eslabón de la cadena productiva antes de alcanzar al consumidor final. Las empresas comerciales son aquellas integradas en las divisiones 45, 46 y 47 de la CNAE-2009.

Los años pares la encuesta investigará aquellas empresas con actividades principales que el IGE y el CGC consideren más relevantes, de acuerdo con el resto de actividades desplegadas por el propio CGC; y la información estadística y económica de la economía gallega y del sector empresarial disponible.

Respecto al ámbito temporal, las preguntas hacen referencia a la realidad económica observada en el momento de realización de la encuesta. Sin embargo, en las preguntas sobre si el encuestado vivió alguna situación que coarte la competencia, la referencia temporal es el último año desde el momento de la entrevista. En la medida de lo posible, la encuesta se realizará en el primer trimestre de cada año.

El marco de la encuesta procede del Directorio de empresas y unidades locales del IGE.

3. Definiciones

Empresa: Combinación más pequeña de unidades jurídicas que constituye una unidad organizativa de producción de bienes y servicios y que goza de una cierta autonomía de decisión.

Actividad económica: Es la creación de valor añadido mediante la producción de bienes y servicios, interviniendo el trabajo, el capital y las materias primas.

Actividad principal: Es aquella que genera mayor valor añadido. Si no se dispone de esta información, se considerará aquella que proporcione mayor valor de producción, o en su defecto, la que emplee mayor número de personas ocupadas.

Competencia: Situación en la que los agentes económicos (empresas y consumidores) tienen una efectiva libertad, tanto de ofrecer bienes y servicios como de elegir a quién y en qué condiciones los adquieren.

Defensa de la competencia: Conjunto de actuaciones llevadas a cabo por las autoridades de la competencia con el fin de perseguir las conductas restrictivas de la competencia y restablecer la libre competencia en los mercados.

Conducta colusoria: Acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela, que produzca o pueda producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia de un mercado.

Posición dominante: Situación en la que una empresa tiene la posibilidad de desarrollar un comportamiento relativamente independiente que le permita actuar en el mercado sin tener en cuenta a los proveedores, clientes o consumidores o a los competidores.

4. Diseño muestral y procedimiento de estimación

La extracción de la muestra se realiza mediante muestreo aleatorio simple. Las respuestas posibles son en todos los casos categóricas. El tamaño muestral se fija para que el error en una variable binomial, en la situación de máxima varianza $p = q$, sea menor del 5% para un nivel de confianza del 95%. Como mínimo se encuesta en cada edición a 400 empresas.

El objetivo de la encuesta es estimar el porcentaje de empresas según las categorías de respuesta para el conjunto de actividades principales estudiadas en cada edición.

Por ello, la estimación para cada categoría de respuesta se realiza como la frecuencia relativa muestral (en tantos por cien) de la propia respuesta.

5. Recogida de información y tratamiento de datos

La información de los cuestionarios se realiza mediante entrevista telefónica asistida por computador (CATI). Se emplea para esta tarea una aplicación programada específicamente para la encuesta que permite gestionar automáticamente las sustituciones realizadas por defecto del marco (empresas mal clasificadas en su actividad principal o empresas ya cerradas), por ser imposible conseguir un teléfono de contacto o por negativa.

En los casos en que se solicite, les facilitamos el cuestionario, por correo electrónico o fax, y los encuestados lo entregan posteriormente, también por correo electrónico o fax. En todos estos casos tiene que haber una entrevista telefónica previa en la que se garantiza que la empresa está correctamente asignada en el marco y se le explica en qué consiste la encuesta y quién está autorizado a contestarla. En las primeras ediciones esta modalidad es solicitada por un número muy reducido de encuestados.

La aplicación guarda automáticamente las respuestas en un gestor de bases de datos que facilita las copias de seguridad de la información y la explotación de la misma.

6. Presentación de resultados

El IGE publicará en su página web los resultados, el mismo año de realización de la encuesta. La primera edición de la encuesta se realizó en el último trimestre del año y sus resultados se publicaron simultáneamente con la segunda edición.

Anexos

Anexo I: Descripción de actividades principales investigadas en los años pares.

Los años pares la encuesta investigará las actividades principales que el IGE y el CGC consideren relevantes en cada caso. En este anexo se detalla la decisión tomada sobre qué actividades serán investigadas en los años pares:

- Año 2016. La encuesta va dirigida a empresas industriales (secciones B, C, D y E, o divisiones 05-33 y 35-39 de la CNAE-2009) con personalidad jurídica y sede social en Galicia.