



Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales**

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Trabajo de Fin de Grado

El Abuso de Posición de Dominio.

Estudio de Casos Reales.

Presentado por:

Noelia Lobo Castro

Tutelado por:

Benjamín Peñas Moyano

Valladolid, 18 de julio de 2018

ÍNDICE

1. RESUMEN DEL TRABAJO	3
2. CÓDIGO DE CLASIFICACIÓN JEL.....	4
3. JUSTIFICACIÓN, INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS.....	4
4. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA UTILIZADA.....	5
5. REVISIÓN DEL ESTADO ACTUAL DEL TEMA	6
5.1. REGULACIÓN SOBRE DEFENSA DE LA COMPETENCIA	7
5.2. DESCENTRALIZACIÓN DE LA APLICACIÓN ANTITRUST EN ESPAÑA	9
5.3. SITUACIÓN DEL ABUSO DE POSICIÓN DE DOMINIO	11
5.3.1. Concepto	11
5.3.2. Regulación del abuso de posición de dominio.....	12
5.3.3. La Explotación Abusiva.....	13
5.3.4. El Régimen Sancionador	17
6. ESTUDIO DE CASOS REALES	19
6.1. CASO ENDESA DISTRIBUCIÓN.....	19
6.2. CASO TAXÍMETROS.....	24
6.3. CASO GOOGLE	30
6.4. CASO AGEDI/AIE RADIO.....	34
7. CONCLUSIONES	38
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42
REFERENCIAS LEGALES CONSULTADAS	43

1. RESUMEN DEL TRABAJO

El abuso de posición de dominio, regulado en la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, constituye una conducta contraria al régimen de libre competencia, tanto en el ámbito nacional como en el comunitario. Los organismos, autonómicos y nacional, que componen la Defensa de la Competencia velan porque la posición de dominio se use de manera lícita conforme a la ley; ya que la posición de dominio no es algo prohibido, es el abuso que se puede hacer de la misma lo que es sancionado.

A pesar de ser una práctica prohibida son múltiples los casos de empresas que abusan de dicha posición para incrementar sus beneficios. Como se verá en los casos analizados, caracterizados por complejas resoluciones, es una práctica que no se ve a simple vista y que puede realizarse acompañada de alguna otra también prohibida, que puede darse en cualquier sector y dependiendo de la zona geográfica en la que tenga lugar competirá a un tribunal u otro.

PALABRAS CLAVE

Abuso de posición de dominio, ley, defensa de la competencia, tribunal.

ABSTRACT

The abuse of a dominant position, regulated by Law 15/2007, of 3 July, on the Defence of Competition, constitutes conduct contrary to the free competition regime, both at national and Community level. The autonomous and national bodies that make up the Defence of Competition ensure that the dominant position is used in a lawful manner in accordance with the law; since the dominant position isn't something prohibited, it's the abuse that can be made of it that is sanctioned.

In spite of being a prohibited practice, there're many cases of companies that abuse this position to increase their profits. As will be seen from the cases analysed, which are characterised by complex decisions, this's a practice that can't be seen at first sight and which may be accompanied by some other also prohibited practice, which may occur in any sector and depending on the geographical area in which it takes place, it will compete with one court or another.

KEYWORDS

Abuse of a dominant position, law, antitrust, court.

2. CÓDIGO DE CLASIFICACIÓN JEL

Se puede clasificar este trabajo bajo los siguientes códigos JEL (Journal of Economic Literature):

K: Derecho y Economía.

K2: Derecho mercantil y resolución.

K21: Derecho de la Competencia.

3. JUSTIFICACIÓN, INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

De todas las asignaturas cursadas durante el grado de Marketing e Investigación de Mercados, las relacionadas con derecho siempre han sido de las que más me han gustado y las que han hecho que me quedara con ganas de saber más; por tanto cuando vi la posibilidad de realizar un Trabajo de Fin de Grado relacionado con el Derecho de la Competencia no dudé.

Con el estudio de este tema, el abuso de posición de dominio, además de revisar la situación actual del mismo se pretende obtener una serie de conclusiones, mediante el estudio de varios casos, que puedan definir esta práctica tanto en nuestro país como a nivel comunitario.

Actualmente es uno de los temas más candentes en el campo de la protección europea de la libre competencia. Cada vez se dan más abusos de posición de dominio y por ello es necesaria la revisión de la política tradicional de interpretación y aplicación de la prohibición de conductas abusivas por parte de empresas en dicha posición.

El hecho de que la Comisión Europea sea acusada de no utilizar el poder que se le otorga y de no tener suficientemente en consideración la realidad económica a la hora de apreciar una restricción de la competencia, como de evaluar algunas justificaciones empresariales de la misma, resulta de interés a la hora llevar a cabo la investigación sobre este tema.

4. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA UTILIZADA

En primer lugar se ha pretendido situar el abuso de posición de dominio en la actualidad, tanto a nivel nacional como europeo, para ello se han consultado diversos manuales de derecho de la competencia así como la diferente normativa vigente.

Tras ello se ha hecho un seguimiento de la prensa económica; diarios como “Expansión”, “Cinco Días”, “El Economista”, etc., blogs y revistas para buscar casos de abuso de posición de dominio en los últimos años. Después se hizo un estudio de cada uno de los casos seleccionados teniendo en cuenta la resolución de los mismos y, ello permitió extraer conclusiones acerca del tema tratado.

Durante los meses de realización de este proyecto se han concertado varias tutorías para estructurar, orientar y corregir el trabajo.

5. REVISIÓN DEL ESTADO ACTUAL DEL TEMA

Cuando se habla de abuso de posición de dominio se está haciendo alusión a una infracción prevista por el Derecho de la Competencia; la rama del Derecho que se encarga de regular el comercio mediante la prohibición de restricciones ilegales, la fijación de precios y los monopolios.

Por ello se cree conveniente iniciar el tema situando el término “Libertad de Competencia”. La libertad de competencia surge con el triunfo de la ideología liberal, consagrada con la Revolución Francesa. Con ella se instaura el principio de libre acceso al ejercicio de cualquier actividad económica, y cualquier ciudadano puede llevar a cabo una actividad industrial o mercantil fijando libremente las condiciones de su ejercicio. Eso conlleva a que los empresarios puedan competir con otros que llevan a cabo la misma actividad, aunque se sustraiga la clientela.

El Derecho de la Competencia busca promover la competencia entre las empresas garantizando una estructura de mercado eficiente. La solución más eficiente de ordenación de la actividad económica en los mercados es el modelo clásico de la competencia perfecta; desde la perspectiva de eficiencia en la asignación de los recursos y, la eficiencia productiva.

La operatividad de este modelo necesita la presencia de una serie de condiciones en los mercados, una de ellas es que la producción se halle repartida entre muchas empresas y que ninguna de ellas sea de grandes dimensiones. Pero en la práctica nos encontramos con mercados en los que la producción está repartida entre una o unas pocas empresas. Y uno de los principales problemas a los que hace frente el Derecho de la Competencia es la presencia en los mercados de situaciones de poder económico que ponen en peligro el desarrollo competitivo.

Son las normas comunitarias las que tienen como objetivo asegurar en los mercados europeos una competencia eficaz, al igual que lo hacen las nacionales. En el ámbito europeo, al igual que en el nacional, no se prohíbe la existencia de posiciones de dominio en los mercados. Para el desarrollo de una

competencia efectiva en los mercados se deben controlar las conductas de las empresas en dicha situación. A este control solo están sujetas las empresas que ostentan una posición especial en los mercados, “poder dominante”. Y solo determinadas conductas de estas empresas dominantes van a estar sujetas a sanción, las que tengan carácter abusivo¹.

5.1. REGULACIÓN SOBRE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

La regulación aplicable sobre Defensa de la Competencia en España se compone de dos estratos:

Por un lado, puesto que España es miembro de la Unión Europea, contamos con el conjunto de normas que provienen de esta; son los artículos 101 a 113 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE)² y diversas normas de los órganos de la Unión.

Y por otro, el Derecho nacional. La Ley 110/1963, de 20 de julio, de Represión de las Prácticas Restrictivas de la Competencia, fue la primera en regular la libertad de competencia en España. Su objetivo era proteger los planes de desarrollo económico, pero no consiguió hacerlo eficazmente.

Con el paso del tiempo la economía fue evolucionando y con la incorporación de España a la Comunidad Económica Europea (CEE) se requería un cambio legislativo, esto originó la promulgación de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, la cual derogaba y sustituía a la de 1963. Esta ley reforzaba los mecanismos que ya existían.

¹ Velasco, L.A. (2006): Diccionario de Derecho de la Competencia. Editorial Iustel. Pp. 21-23.

² Diario Oficial de la Unión Europea (2012): “Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea”. Núm. 326, pp 391-412. Disponible en: <https://www.boe.es/doue/2010/083/Z00047-00199.pdf>.

Posteriormente, la Ley de 1989 fue sustituida por la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia³ (LDC); la aparición de esta ley provoca un cambio en el sector. Esta legislación sigue muy de cerca la técnica y filosofía del Derecho de la UE. Incluye una serie de reformas que se completan con el Reglamento de Defensa de la Competencia, aprobado mediante el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero.

Unos años más tarde se modifica el sistema de supervisión y regulación de los mercados de la ley anterior al aparecer la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia⁴. Pero deja en vigor el contenido normativo relativo a las prácticas restrictivas de la competencia. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)⁵ es el organismo que promueve y defiende el buen funcionamiento de todos los mercados en interés de los consumidores y las empresas. Es un organismo público con personalidad jurídica propia, independiente del Gobierno y sometido al control parlamentario.

Es necesario estudiar las relaciones entre el Derecho de defensa de la competencia de la UE y el nacional, ya que los dos intervienen en nuestro país. El TFUE clasifica en tres categorías el ámbito de aplicación de las competencias: exclusivas, compartidas y de apoyo. Por lo tanto, la UE puede completar o apoyar las políticas de los países miembros.

Para que se aplique el Derecho de la Unión es obligatorio que afecte al mercado común, es decir, a los intercambios comerciales entre los Estados miembros. Pero en la práctica no es tan fácil de aplicar, ya que cuando una práctica interfiere en el mercado común estará afectando también al mercado de cada uno de los Estados miembros involucrados. Y por el contrario, si el

³ BOE (2007): “Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia”. Núm.159, pp. 28848-28872. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2007/07/04/pdfs/A28848-28872.pdf>.

⁴ BOE (2013): “Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia”. Núm. 134, pp 42191-42243. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2013/06/05/pdfs/BOE-A-2013-5940.pdf>.

⁵ Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2017): Disponible en: <https://www.cnmc.es/>.

mercado afectado fuera únicamente el de un Estado, el Derecho de la competencia que habría que aplicar sería el de dicho Estado y no el de la UE.

La afectación del mercado común ha sido interpretada de forma amplia, llegando a concluir que en circunstancias concretas determinadas prácticas que se produzcan dentro de un Estado miembro pueden afectar al mercado común. No se exige que el acuerdo haya sido adoptado en el interior de la UE o del Estado miembro, ni tampoco que las empresas involucradas sean nacionales de la UE o de dicho país, basta con que los efectos se produzcan en el interior de la Unión o del país del que se trate.

Pero surge la duda de si hay margen para la aplicación cumulativa de ambas normativas. En un principio se decantaron por la doctrina de la *barrera única*, la cual determina que en caso de conflicto el Derecho comunitario sería preferido al Derecho nacional. Después, a finales de los años setenta, se optó por la regla de la *doble barrera*, esta permite una aplicación simultánea de los distintos ordenamientos jurídicos.

Esta postura es la que se consagra en el Reglamento 1/2003, del Consejo, de 16 de diciembre de 2002, relativo a la aplicación de las normas sobre competencia previstas en los artículos 101 y 102 del Tratado⁶.

5.2. DESCENTRALIZACIÓN DE LA APLICACIÓN ANTITRUST EN ESPAÑA

Nuestro país cuenta con un proceso de descentralización de la aplicación administrativa del Derecho español de Defensa de la Competencia. La STC 208/1999, de 11 de noviembre, reconoció las competencias de las CC.AA., para la aplicación de la legislación de defensa de la competencia en el ámbito autonómico.

⁶ Broseta, M. y Martínez, F. (2017): Manual de Derecho Mercantil. Volumen I. Editorial Tecnos. Pp. 169-171.

Ésta competencia autonómica está justificada en medida que pueda contribuir a la reducción de los costes de aplicación de la LDC y a una organización más eficiente de los recursos públicos destinados a la defensa de la competencia. La mayor ventaja es la proximidad y mejor conocimiento de los mercados locales por los órganos y autoridades autonómicas; ésta cercanía debería de suponer un mejor acceso a la información de calidad y una reacción más rápida y económica.

El sistema de asignación y reparto de asuntos diseñado por la Ley 1/2002, de 21 de febrero, de Coordinación de las Competencias del Estado y las Comunidades Autónomas en materia de Defensa de la Competencia⁷, es el marco para el desarrollo de las competencias ejecutivas del Estado y las CC.AA. asociadas, especialmente con las conductas prohibidas. Esta ley marca los mecanismos de colaboración y coordinación necesarios entre las diferentes administraciones, con el objetivo de concentrar las actividades desarrolladas por cada una evitando la duplicación de esfuerzos y acciones divergentes en el objetivo común de conseguir una mayor eficacia en la defensa de la libre competencia.

Al Estado le corresponde la competencia legislativa y las actuaciones ejecutivas en relación con aquellas prácticas que puedan alterar la libre competencia en el ámbito supra-autonómico o en el conjunto del mercado nacional; y las competencias autonómicas aplican las normas sancionadoras de defensa de la competencia a aquellas conductas prohibidas que restrinjan o distorsionen la competencia en su respectivo territorio. Cuando existe discordancia entre autoridades sobre quien es la competencia para conocer el caso, cualquiera de las autoridades en conflicto puede solicitar la convocatoria de la Junta Consultiva en materia de conflictos, la cual emitirá el correspondiente informe, pudiendo plantearse el conflicto de competencia ante el Tribunal Constitucional.

⁷ BOE (2002): “Ley 1/2002, de 21 de febrero, de Coordinación de las Competencias del Estado y las Comunidades Autónomas en materia de Defensa de la Competencia”. Núm. 46. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2002/02/22/pdfs/A07148-07153.pdf>.

Pero no todas las CC.AA. españolas cuentan con su propia autoridad de competencia, con el paso del tiempo algunas de ellas han suprimido sus autoridades de defensa de la competencia por razones de ahorro, inexperiencia, etc. A día de hoy, Cataluña, Galicia, la Comunidad Valenciana, Aragón, Castilla y León, País Vasco, Extremadura y Andalucía son las comunidades autónomas que cuentan con una autoridad de competencia con órgano de instrucción y resolución. Murcia, Canarias, Madrid y Navarra cuentan sólo con órgano de instrucción y resuelve la CNMC. Y en Asturias, Castilla La Mancha, Baleares, La Rioja y Cantabria no existe autoridad.⁸

5.3. SITUACIÓN DEL ABUSO DE POSICIÓN DE DOMINIO

5.3.1. Concepto

Se define abuso de posición de dominio como la conducta unilateral de una o varias empresas, con posición de dominio en el mercado, que restringe indebidamente la competencia. Esta práctica está prohibida tanto por el Derecho español (artículo 2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia) como por la normativa comunitaria europea (artículo 102 del TFUE).

Se debe aclarar que no está prohibida la posición de dominio como tal, ni los monopolios de origen legal; sino las conductas abusivas que de ella puedan derivarse en el mercado común o nacional⁹.

Ni el Tratado ni la ley nacional cuenta con definiciones ni referencias de donde poder presumirse la posición de dominio.

⁸ Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2017): Disponible en: <https://www.cnmc.es/>.

⁹ Velasco, L.A. (2006): Diccionario de Derecho de la Competencia. Editorial Iustel. Pp. 23-24.

5.3.2. Regulación del abuso de posición de dominio

Como se ha mencionado anteriormente, el abuso de posición de dominio es regulado tanto por la normativa que proviene de la Comunidad Europea como por la que proviene de la propia nación.

Con respecto a la normativa comunitaria, el artículo 102 TFUE sanciona la explotación abusiva de una posición dominante en el Mercado Común o parte de este, por parte de una o varias empresas.

Esta prohibición se reproduce también en el artículo 2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia donde se hace alusión al abuso de posición de dominio, este artículo recoge que: “1. Queda prohibida la explotación abusiva por parte de una o varias empresas de su posición de dominio en todo o parte del mercado nacional. 2. El abuso podrá consistir, en particular, en: la imposición, de forma directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales o de servicios no equitativos; la limitación de la producción, la distribución o el desarrollo técnico en perjuicio injustificado de las empresas o los consumidores; la negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra de productos o de prestación de servicios; la aplicación, en las relaciones comerciales o de servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloque a unos competidores en situación desventajosa frente a otros; la subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos de comercio no guarden relación con el objeto de dichos contratos. 3. La prohibición prevista en el presente artículo se aplicará en los casos en los que la posición de dominio en el mercado de una o varias empresas haya sido establecida por disposición legal”.

En ambos sistemas, la estructura de la prohibición sigue el mismo modelo, una lista de conductas empresariales susceptibles de ser consideradas comportamientos abusivos junto a la cláusula general. El listado español es más extenso que el europeo, recogiendo algunas modalidades de conducta que no aparecen en el artículo 102 del TFUE (se extiende únicamente a aquellas que pueden considerarse injustas, no razonables).

5.3.3. La Explotación Abusiva

Para analizar si un comportamiento empresarial es constitutivo de abuso de posición de dominio, y por lo tanto está prohibido, se debe determinar el mercado o mercados relevantes afectados; si en esos mercados existe posición de dominio de una empresa o de varias; y si el comportamiento de la empresa o empresas en posición de dominio puede ser calificado de explotación abusiva de dicha posición.

5.3.3.1. Delimitación del mercado relevante

La posición de dominio solo puede definirse respecto de un sector de productos y un área geográfica concreta, por lo tanto es necesario delimitar el mercado relevante o mercado de referencia en el que opera la empresa; pero además también lo es para después valorar que cuota de mercado implica tal posición.

El mercado relevante definido de manera técnica es la parte del mercado de referencia (referente competitivo de la empresa compuesto por tres dimensiones: compradores, funciones o necesidades y alternativas tecnológicas) en el que la empresa realmente compete; es decir, es el espacio geográfico en que se ofrecen o demandan productos similares y esto le otorga una doble dimensión, de productos o servicios y geográfica. Tanto la Comisión Europea como el Tribunal de Justicia han señalado que el mercado de producto de referencia comprende todos los productos y los servicios que los consumidores consideran intercambiables o sustituibles en razón de sus características, su precio o el uso que se prevea hacer de ellos.

La práctica comunitaria ha utilizado como criterio fundamental el de la sustituibilidad o intercambiabilidad entre los productos o servicios. Este aspecto se ha valorado desde la perspectiva de la oferta y la demanda. Respecto a la sustituibilidad de la demanda, se trata de precisar que productos reúnen condiciones de similitud suficientes para ser determinados por los consumidores como sustitutivos razonables de los que ofrece la empresa. En la

sustituibilidad de la oferta se trata de determinar si un producto que no es sustituible desde el punto de vista de la demanda, puede llegar a serlo desde la oferta. Es decir, valorar si el producto al que los clientes no encuentran sustitutivos razonables puede llegar a fabricarse por otros productores distintos.¹⁰

Esto debe ponerse en relación con un mercado geográfico de referencia que comprende la zona en la que las empresa afectadas desarrollan actividades de suministro de los productos y de prestación de los servicios de referencia, en la que las condiciones de competencia son suficientemente homogéneas y que puede distinguirse de otras zonas geográficas próximas debido a que las condiciones de competencia en ellas son distintas a aquellas.

Como se indicó anteriormente, la cuota de mercado es otro de los elementos fundamentales a tener en cuenta para la determinación de una posición de dominio. Entre los factores determinantes de esta situación se encuentra la existencia de una cuota de mercado muy grande mantenida durante un cierto periodo de tiempo. El problema que se plantea es el de precisar cuál es el porcentaje de cuota de mercado a partir del que cabría considerar una situación de posición de dominio. Con una cuota del 100% se estaría ante situaciones de monopolio. En el resto de los supuestos, en los que la cuota no es del 100%, se debería de estudiar el caso atendiendo a las circunstancias. La práctica comunitaria ha tenido en cuenta no solo el nivel absoluto de la cuota sino también su nivel relativo, en relación con las cuotas de otros competidores. Así se concluye que cuotas inferiores al 40% del mercado no se han considerado indicativas de una posición de dominio, excepto que concurren circunstancias excepcionales. A partir del 40% se considera nivel significativo. Las cuotas superiores al 75% se han estimado tan grandes que por sí mismas serían indicativas de una posición de dominio.¹¹

¹⁰ Broseta, M. y Martínez, F. (2017): Manual de Derecho Mercantil. Volumen I. Editorial Tecnos. Pp. 177-179.

¹¹ Adrián, A.J., Allúe, A. et al. (2002): Políticas Comunitarias. Editorial LexNova. Pp. 191-194.

5.3.3.2. *Posición de dominio de una o varias empresas*

El abuso de posición dominante puede provenir de la conducta unilateral de una o varias empresas.

- *Posición dominante individual*

Son situaciones en las que una única empresa dispone de un poder de mercado muy notable, de manera que no teme las reacciones de otros participantes de ese mercado y tiene capacidad para dañar a la competencia.

Se deben considerar varios factores para determinar la existencia de una posición de dominio individual como la cuota de mercado de la empresa en relación con la del resto de competidores, las barreras de entrada y expansión, el grado de concentración del mercado, las elasticidades, el grado de integración vertical, etc.

- *Posición dominante colectiva*

Este caso de posición dominante es menos frecuente. Son situaciones en las que dos o más empresas, sin pertenecer al mismo grupo, están unidas por vínculos estructurales, contractuales y/o económicos que actúan juntas o se representan en un mercado específico como una entidad colectiva.

5.3.3.3. *Calificación como explotación abusiva*

En el TFUE no aparece una definición de lo que debe entenderse como explotación abusiva de la posición de dominio. Pero sí lo prohíbe en su artículo 102.1.

Además el artículo 101.2 establece una lista de comportamientos constitutivos de la explotación abusiva; se considera a tales comportamientos como un tipo de conducta injusta que perjudica a los que comercian con la empresa dominante. Los artículos 102.2 TFUE y 2.2 LDC también hacen alusión a las conductas abusivas.

En la práctica es difícil distinguir un abuso prohibido de una conducta normal o razonable. Es cuestión de valoración, en la que hay que analizar la finalidad perseguida por la empresa dominante, el efecto que ha tenido la conducta en el mercado, la normalidad o carácter leal conforme a las exigencias de la buena fe en el tráfico comercial, etc.

Las conductas de explotación abusiva de una posición de dominio se pueden dividir en:

- Abusos explotativos: Agrupa todas aquellas conductas, por parte de las empresas en posición de dominio, desleales o no razonables hacia aquellas personas o empresas que dependen de ellas para el suministro o compra de bienes o servicios. Son prácticas que lesionan directamente los intereses de los consumidores. Algunos ejemplos son la imposición de precios o condiciones no equitativas, o la limitación de la producción.
- Abusos anticompetitivos o excluyentes: Constituyen el supuesto más frecuente en la práctica. Son las acciones que debilitan directamente el nivel de competencia existente, pueden producir un efecto de exclusión o cierre de los mercados a competidores actuales o potenciales. Un ejemplo es la fijación de precios predatorios.

Las conductas explotativas suelen acabar teniendo efectos de exclusión. Hay casos en los que se combina el efecto excluyente a competidores y el explotativo a consumidores.

Los comportamientos prohibidos en el artículo 102 de TFUE a una empresa dominante pueden estar permitidos en situación de competencia normal. Estas conductas son prohibidas a las empresas dominantes porque tienen una *responsabilidad especial* debido al perjuicio que pueden causar sus actividades a la competencia en general y al interés de sus competidores, clientes, etc. Es decir, las empresas dominantes deben ser especialmente cuidadosas en sus prácticas comerciales¹².

¹² Adrián, A.J., Allúe, A., et al (2002): Políticas Comunitarias. Editorial LexNova. Pp. 194-195.

La Comisión y el Tribunal de Justicia han diseñado dos instrumentos para diferenciar entre conductas abusivas sancionadas por el artículo 102, y conductas legítimas. Son los criterios de *proporcionalidad* y *justificación objetiva*.

La conducta de una empresa dominante será abusiva si perjudica los intereses de los consumidores o conduce a una exclusión relevante de competidores del mercado. Por lo tanto, la competencia basada en los méritos empresariales o superiores prestaciones constituye el principal criterio de distinción entre comportamientos legítimos y abusivos.

Una vez que se demuestra que la conducta de una empresa dominante restringe la competencia de forma importante, compete a ésta justificar su conducta, demostrando que esas supuestas restricciones son la manifestación de una eficacia superior, de una mayor aptitud para considerar las necesidades de los consumidores o de una mayor capacidad de innovación.

El juicio de valor, la ponderación de efectos negativos y positivos se encuentra implícita en el concepto de “abuso”. Solo pueden considerarse abusivas las conductas cuyos efectos perjudiciales para la competencia superen a sus efectos beneficiosos¹³.

5.3.4. El Régimen Sancionador

Con respecto a los sujetos infractores, el artículo 61 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia establece que así se calificará a las personas físicas o jurídicas que realicen las acciones u omisiones tipificadas como infracciones en dicha ley, además la actuación de una empresa también es imputable a las empresas o personas que la controlan.

El abuso de posición de dominio, en el artículo 62, está clasificado como infracción grave o muy grave (abuso de posición de dominio tipificado en el

¹³ Velasco, L.A. (2006): Diccionario de Derecho de la Competencia. Editorial Iustel. Pp. 25-27.

artículo 2 de la Ley cuando sea cometido por una empresa que opere en un mercado recientemente liberalizado, tenga un cuota de mercado próxima al monopolio o disfrute de derechos especiales o exclusivos).

Con respecto a las sanciones, es en el artículo 63 en el que se expresa que son los órganos competentes los que impondrán a los agentes económicos que infrinjan la ley las sanciones. En el caso de ser una infracción grave la multa será de hasta el 5% del volumen de negocios total de la empresa infractora en el ejercicio anterior al de la imposición de la multa; y 10% en el caso de ser muy grave. Si no fuera posible delimitar el volumen de negocios; en el caso de infracciones graves la multa será de entre 500.001 a 10 millones de euros, y en el caso de ser muy grave será de más de 10 millones de euros.

La cuantificación de la sanción se realiza en tres fases:

- Determinación del importe básico de la sanción: Para ello se tiene en cuenta la dimensión y las características del mercado afectado; la cuota de mercado de la empresa responsable; el alcance de la infracción y la duración de esta; el efecto sobre los derechos e intereses de los consumidores; y los beneficios obtenidos.
- Aplicación del coeficiente de ajuste al importe básico en función de agravantes, como la comisión repetida de infracciones tipificadas en la Ley, la posición de responsable o investigador de la infracción, la adopción de medidas para imponer o garantizar el cumplimiento de las conductas ilícitas, la falta de colaboración u obstrucción de la labor inspectora; y atenuantes como la realización de actuaciones que pongan fin a la infracción, la no aplicación efectiva de las conductas prohibidas, la realización de actuaciones tendentes a reparar el daño causado, la colaboración activa y efectiva con la CNMC llevada a cabo fuera de los supuestos de exención y reducción del importe de la multa.
- Ajuste en su caso a los límites establecidos por la ley. La LDC fija como sanción un máximo legal del 10% del volumen del negocio de la empresa, cuyo objeto es evitar que el pago de la multa haga desaparecer a la empresa.

6. ESTUDIO DE CASOS REALES

Tras haber hecho referencia a la parte teórica del abuso de posición de dominio, a continuación se va a realizar el estudio de cuatro casos reales para obtener un conocimiento más completo de la situación actual del tema a nivel nacional y comunitario.

Entre otras cosas, en los casos expuestos se ha resaltado: el medio del que se ha extraído la información; la fecha de cuando tuvo lugar la denuncia y la resolución de la misma; el tribunal al que le corresponde la resolución; las partes que intervienen; las acciones infractoras; las leyes y artículos que infringen; el mercado relevante y la posición de dominio para verificar el abuso de posición dominante; y la sanción impuesta.

6.1. CASO ENDESA DISTRIBUCIÓN

El primer caso que se va a analizar es una denuncia interpuesta, en octubre de 2012, por un particular ante la Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía contra la empresa Endesa Distribución, empresa del Grupo Endesa cuyo objeto social es el desarrollo de actividades de transporte y distribución de energía eléctrica, por sus acciones ante la solicitud de suministro eléctrico para una vivienda situada en Granada.

En diarios como *“El País”* se puede leer la nota de prensa, pero es del expediente de resolución *“S/0446/12 Endesa Distribución”*, dictado por la Sala de Competencia de la CNMC¹⁴, de donde se ha sustraído la información necesaria para examinar el caso.

Las conductas objeto a estudiar de este expediente fueron valoradas por un Consejo, el cual determinó la existencia de indicios racionales de una práctica restrictiva de la competencia prohibida en el artículo 2 de la LDC. Dicha

¹⁴ Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2014): “Resolución Expte. s/0446/12 Endesa Instalación”. Disponible en: https://www.cnmc.es/sites/default/files/495455_0.pdf.

práctica consistía en el cobro indebido por la ejecución de instalaciones de nueva extensión de red, en casos en los que correspondería a la empresa distribuidora asumir la ejecución de tales instalaciones de acuerdo con lo establecido en el artículo 9.3 del Real Decreto 222/2008, de 15 de febrero, por el que se establece el régimen retributivo de la actividad de distribución de energía eléctrica.

Más detalladamente, las conductas que lleva a cabo Endesa Distribución de manera irregular son:

- La determinación de si los terrenos cuentan con las dotaciones y servicios necesarios para establecer a quien corresponde la ejecución de las instalaciones de extensión de red ante solicitudes de instalación de nuevo suministro o ampliación del existente: La empresa debe comprobar si la parcela dispone de las infraestructuras correspondientes a los servicios urbanísticos básicos. Ésta no determina la calificación del suelo, sino que valora si el suelo cuenta con las dotaciones y servicios requeridos por la legislación urbanística. Pero realmente la valoración que efectúa Endesa, de acuerdo con la información que aportó, para los terrenos que a su entender no estarían urbanizados es demasiado escueta.
- Cobró y presupuestó cantidades superiores a los derechos de extensión regulados para la ejecución de instalaciones de nueva extensión de red en casos en que habría correspondido a la distribuidora asumir su ejecución por encontrarse en terrenos urbanizados: Tras confirmar por los ayuntamientos que los terrenos en los que Endesa Distribución actúa son urbanizados y dotados de los servicios necesarios, habría correspondido a la propia empresa asumir la ejecución de las instalaciones de nueva extensión de red. Pero en todos los escritos que fueron enviados a los solicitantes se indicó que las instalaciones deberían de ser ejecutadas a cargo del solicitante. Endesa Distribución determina en algunos casos ejecutar la instalación con el cobro de derechos de extensión por razones de seguridad, en otros, propone al cliente ejecutarlas por un presupuesto determinado y en otros se desentiende de las instalaciones.

En todo caso, las cantidades presupuestadas y cobradas, de acuerdo con las facturas presentadas, para la ejecución de las instalaciones de nueva extensión de red, son muy superiores a las cantidades que habría cobrado si hubiera aplicado los derechos de extensión vigentes.

Además, en todos los casos, Endesa Distribución indica al solicitante que una vez ejecutadas las obras estas deben ser cedidas a la empresa distribuidora para el suministro de varios consumidores, sin embargo la empresa no informa a los solicitantes de la posibilidad de suscribir un convenio que permita la recuperación de parte de los costes invertidos.

Tal y como se mencionó anteriormente, la Dirección de Investigación sanciona a Endesa Distribución por cometer una infracción del artículo 2.2 a) de la LDC, el cual prohíbe la explotación abusiva consistente en la imposición de precios u otras condiciones comerciales o de servicios no equitativos. Tal y como se ha ido explicando a lo largo de este trabajo, para determinar este tipo de infracción se ha de analizar que el infractor goce de una posición de dominio en el mercado en el que desarrolla su actividad y que su comportamiento sea abusivo.

A la hora de analizar la posición de dominio de Endesa Distribución es necesario definir el mercado relevante en el que se desarrolla la conducta infractora. En este caso se distinguen dos mercados relevantes: el de distribución de electricidad, en el cual se enmarca la actividad de la distribuidora bajo una situación de monopolio natural; y el mercado de instalaciones eléctricas.

El ámbito geográfico relevante de las redes de distribución está delimitado por el área que abarcan las autorizaciones administrativas, que suele hacer referencia a términos municipales determinados y que coinciden con la extensión de la red de Endesa Distribución.

Las instalaciones de redes de distribución se autorizan sobre la premisa de un sistema de red única y monopolio natural, o sea que cada distribuidora desarrolla su actividad en régimen de exclusividad en el ámbito territorial correspondiente. Así resulta una posición de dominio de Endesa Distribución en cada una de las zonas de distribución que gestiona.

Una vez confirmada la posición de dominio de la empresa se debe analizar si su conducta constituye o no un abuso de dicha posición. Para ello se volverán a analizar las acciones llevadas a cabo por Endesa Distribución.

Como se ha mencionado anteriormente, las redes de distribución deben dimensionarse de acuerdo a los planes urbanísticos previstos en cada zona. Las valoraciones realizadas por la distribuidora a la hora de determinar si los terrenos cuentan o no con las dotaciones exigibles resultan genéricas y escuetas, además no se acompañan de documentación que sustente la conclusión alcanzada. También cabe resaltar que dichas valoraciones son contrarias a la situación oficial de los terrenos según los ayuntamientos.

A esto se le suma el hecho de que las cantidades presupuestadas y cobradas eran muy superiores a las cantidades en aplicación de los derechos de extensión vigentes y la imposición de la cesión de instalaciones en los casos en que Endesa Distribución decidía no ejecutar las mismas, sin informar a los solicitantes de las posibilidades de firmar convenios de resarcimiento.

Este comportamiento es un abuso de tipo explotativo originado por la posición de dominio de la que goza la empresa en el mercado de distribución, la cual le permite actuar al margen de sus clientes. El carácter de monopolio natural que la regulación concede a la distribución de electricidad otorga a las empresas distribuidoras un gran poder de mercado, sin competencia en el ámbito de sus redes, lo cual deja al consumidor sin capacidad de influencia. Este desequilibrio entre los agentes del mercado se suple con la regulación. A través de esta conducta Endesa Distribución se ha apropiado de parte de la renta de los consumidores, ya sea cobrando cantidades superiores a las establecidas reglamentariamente, bien indirectamente mediante el incremento de la rentabilidad asociada a sus inversiones, o exigiendo un pago al instalador por un importe superior al marcado por la normativa.

Se podría debatir si existe justificación objetiva a la permanencia de los precios impuestos por Endesa Distribución. Estaría justificada en el caso de que para obtener ese mayor beneficio que pretende obtener no deteriorase el bienestar de los consumidores ni distorsiona el funcionamiento eficiente de los mercados. Pero en este caso no existe dicha justificación.

Al Endesa Distribución cobrar cantidades muy superiores a las que habría correspondido aplicar obtuvo unos ingresos que de haber aplicado la normativa correctamente no los habría obtenido. Esto además de generar una pérdida de bienestar para los consumidores, que pagan más por un bien básico como es la electricidad, algunos de ellos se ven expulsados del mercado al no tener la capacidad adquisitiva suficiente para hacer frente a presupuestos tan elevados. Uno de los efectos que ha causado en el mercado ha sido la obtención de beneficios extraordinarios por parte de la distribuidora, y otro de ellos es al trasladar la carga económica de la ejecución de las redes a los particulares solicitantes, la generación de un incremento del patrimonio de Endesa Distribución al incorporar a su activo las líneas cedidas sin haber tenido coste.

En conclusión, habiendo tenido en cuenta 320 solicitudes que Endesa Distribución remitió del periodo 2009 a 2012, se puede afirmar que ha abusado de su posición dominante infringiendo el artículo 2 de la LDC. La distribuidora ha gozado de un poder de mercado monopolístico el cual ha dado pie a que impusiera unos precios no equitativos a sus clientes. Este comportamiento es característico de un tipo de abuso explotativo, la práctica de precios excesivos.

Por último se va a tratar el cálculo de la sanción impuesta a Endesa Distribución. De acuerdo con el artículo 62.4.b) de la LDC, la infracción es considerada muy grave; y según el artículo 63.1.c) de esta misma ley la sanción consiste en una multa de hasta el 10% del volumen de negocios total de la empresa infractora en el ejercicio anterior al de imposición de la sanción.

Para determinar el importe de la sanción, en primer lugar se debe determinar el importe básico de la sanción; teniendo en cuenta que el mercado directamente afectado por la infracción es el de las instalaciones de nueva extensión de red de distribución de electricidad, que Endesa Distribución tiene una posición de dominio monopolista en cada zona de distribución que gestiona, que el bienestar del consumidor se ve reducido, y que la infracción ha tenido lugar desde 2009 a 2012. En este caso, el Consejo determinó razonable la aplicación de un tipo del 5% del volumen del negocio teniendo en cuenta la dimensión del mercado afectado y el tipo de infracción en relación con otros expedientes similares, así el importe básico de la sanción serían 1.073.918€.

Pero este importe se incrementaría un 10% debido a los agravantes, pues Endesa Distribución ha sido sancionada en dos ocasiones más por infracciones de abuso de posición dominante en el mercado de instalaciones eléctricas, lo que supondría un importe total de 1.181.309€, la cual no supera el 10% del volumen de negocios total de la empresa en el ejercicio anterior al de imposición de la sanción.

6.2. CASO TAXÍMETROS

El segundo caso práctico que se va a analizar es una denuncia interpuesta el 6 de abril de 2016 ante la Autoridad Catalana de la Competencia (ACCO). En este caso la resolución de tal denuncia pertenece al Tribunal Catalán de Defensa de la Competencia (TCDC).

Tras leer varias noticias acerca del suceso en medios como *“La Gaceta del Taxi”*, es la *“Resolución expediente 78/2016, Taxímetros”*¹⁵ la fuente de información de la cual se pueden extraer datos de interés.

Las partes interesadas en este procedimiento sancionador son:

- Catalana del Taxímetro, S.L. (CDT): Su objeto social es la compraventa, importación, exportación de taxímetros y aparatos de medición, instalación, mantenimiento y reparación de los mismos. Desde el año 2002 hasta el año 2015 incluido fue distribuidor de los taxímetros fabricados por Interfacom, S.A.
- Interfacom, S.A.U. (Interfacom): Tiene como objeto social la fabricación, investigación, desarrollo, diseño, comercio, representación, importación y exportación de marcas nacionales y extranjeras conectadas con todo tipo de aparatos y mecanismos electrónicos e informáticos, etc. También se encarga de la venta, alquiler, reparación y mantenimiento de equipos

¹⁵ Autoritat Catalana de la Competencia (2016): “Resolución expediente 78/2016, Taxímetros”. Disponible en http://acco.gencat.cat/web/.content/80_acco/documents/arxiu/actuacions/20180111_Resolucio_n-exp-78-2016-Taximetros.pdf.

de medida, control y comunicación que puedan ir instalados en taxis, la explotación de una emisora de radio, etc. Su nombre comercial es Taxitronic.

- Masterclas de Automoción, S.A. (Masterclas): Cuyo objeto social es la compra, venta y alquiler de vehículos automóviles, la venta de piezas de recambio la custodia de vehículos en sus modalidades de garaje y aparcamiento, y talleres de reparación general de automóviles. Desde finales del año 2015 Masterclas es distribuidor, no exclusivo, de los productos fabricados por Interfacom en la provincia de Barcelona.

El representante de la empresa CDT presentó dicha denuncia contra las empresas Interfacom y Masterclas por la posible realización de una infracción de la LDC, a la cual adjuntó determinada documentación.

CDT es titular de un establecimiento que se encargaba de prestar servicios de instalación y reparación de los taxímetros fabricados por Interfacom para los taxis de la provincia de Barcelona, además de la actualización de las tarifas de los mismos. Hasta finales de 2015 Interfacom suministraba a CDT el material necesario para realizar estas actualizaciones (patrones tarifarios); pero a partir de 2016, debido a un acuerdo con Masterclas, no ofrecía sus productos (taxímetros, materiales de recambio, patrones tarifarios, etc.) a ningún taller o distribuidor de la zona de Barcelona que no fuera Masterclas. De esta forma CDT quedaría expulsado del mercado de la reparación y mantenimiento de taxímetros, así como el resto de distribuidores/talleres de reparación de taxímetros fabricados por Interfacom (aparte de Masterclas).

La DG de la ACCO acredita la existencia de una infracción del artículo 2.2.c) de la LDC, el cual prohíbe la explotación abusiva de la posición de dominio que consiste en la negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra de productos o de prestación de servicios. En este caso la empresa responsable de la infracción habría sido Interfacom por negar a CDT el suministro de los patrones tarifarios y las piezas de recambio de los taxímetros fabricados por esta empresa, conducta realizada desde el año 2013 hasta el año 2016 (ambos incluidos). Y también considera que Interfacom habría fijado los precios de venta al público de sus productos a sus distribuidores (CDT y Masterclas),

conducta colusoria que infringiría el artículo 1.1.a) de la LDC. Este artículo prohíbe todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva o práctica concertada que tenga por objeto, produzca o pueda impedir, restringir o falsear la competencia, y en particular los acuerdos que consistan en la fijación, de manera directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales o de servicio.

Puesto que esta segunda acción es una conducta colusoria, se va a analizar solamente el abuso de posición de dominio.

Para poder determinar si la negativa al suministro constituye una infracción a la LDC se debe definir el mercado relevante en el que ha tenido lugar la conducta. El mercado relevante está constituido por el mercado de producto y geográfico. En términos de producto se debe considerar el ámbito normativo aplicable a la actividad de venta de taxímetros, de las piezas de recambio y de los patrones tarifarios. La Ley 19/2003, de 4 de julio, del Taxi, dicta que los vehículos que presentan los servicios del taxi deben estar provistos de un taxímetro. El coste del trayecto en taxi está fijado por unas tarifas obligatorias, las cuales es habitual que se modifiquen por lo que los taxímetros necesitan ser actualizados. Esta actualización se realiza en los talleres en los que se han obtenido, de los fabricantes de estos taxímetros sus patrones tarifarios, elemento sin el cual no se pueden realizar dichas actualizaciones. Por lo tanto, se define como mercado de producto relevante el de la comercialización de taxímetros, y como mercado conexo, el de la reparación y mantenimiento de estos. Son dos mercados diferentes ya que tienen un objeto diferenciado. En términos geográficos; al localizarse todas las empresas implicadas en la ciudad de Barcelona, la entidad encargada de otorgar licencias que habilitan para el servicio urbano de taxi en esta zona, y la concentración de las ventas de taxímetros de las empresas implicadas en el Área Metropolitana de Barcelona, se ha considerado el Área Metropolitana de Barcelona (AMB) como el mercado geográfico relevante.

Una vez definido el mercado relevante, se va a analizar si la negativa de suministro a CDT de patrones tarifarios y recambios de los taxímetros fabricados por Interfacom ha generado un abuso de posición de dominio. Para

ello se deberían de cumplir dos requisitos: que la empresa que la realice goce de posición de dominio en el mercado relevante considerado, y que la conducta realizada sea abusiva por no estar justificada.

Se va a analizar si Interfacom goza de una posición de dominio en el mercado de la comercialización de taxímetros en relación con el suministro de los patrones tarifarios y piezas de recambio que son necesarios para la actualización de las tarifas de los taxímetros de la AMB. Para ello se deben examinar factores relativos a la estructura y la situación de la competencia en el AMB. Cabe destacar una cuota de mercado de Interfacom significativa durante un periodo prolongado de tiempo, lo cual es un indicio de la existencia de posición dominante en el mercado. Con respecto a la comercialización de taxímetros, según los datos del Instituto Metropolitano del Taxi, el 87% de los taxímetros del AMB fueron fabricados por Interfacom en 2016, cuota que se mantuvo constante desde 2013 a 2015. El 51% de los taxímetros vendidos en 2016 fueron comercializados por Interfacom; siendo 54%, 46% y 43% las cuotas de mercado de 2013, 2014 y 2015. En todos los casos son cuotas de mercado muy relevantes y siempre por encima del 40%, umbral utilizado por la Comisión Europea para considerar la presencia de poder de mercado, y sostenidas en el tiempo. Por lo tanto, se puede afirmar la existencia de posición de dominio de Interfacom en el mercado relevante de comercialización de taxímetros en el AMB. Además, estas altas cuotas de mercado son señal de la existencia de barreras a la entrada de competidores potenciales y a la expansión de los actuales.

El poder de negociación de los clientes no es elevado; Interfacom fabrica y distribuye directamente sus taxímetros, sus ventas son similares o superiores a las del resto de talleres, la ubicación de los talleres de Interfacom y CDT es muy próxima, más del 87% de los taxímetros han sido fabricados por Interfacom y, el resto de los talleres no se pueden dirigir a otra empresa para que les proporcione los patrones tarifarios fabricados por Interfacom.

Con el fin de analizar la infracción por parte de Interfacom del artículo 2.2.c) de la LDC hay que tener en cuenta que se requiere que se haya producido una conducta abusiva de la posición de dominio de la que goza. Como se señaló

anteriormente, la conducta abusiva se habría realizado por la negativa al suministro de los patrones tarifarios y las piezas de recambio de los taxímetros fabricados por esta empresa. Generalmente, los problemas de competencia surgen cuando la empresa dominante compite en el mercado descendente con el comprador al que se niega a suministrar. En este caso, además, se obliga al comprador a adquirir el producto (los patrones tarifarios) directamente en una empresa con la cual compite en ese mercado y con la cual la empresa dominante tiene una relación comercial.

Ante este tipo de conductas se deben producir tres circunstancias acumulativas: la denegación se tiene que referir a un producto o servicio necesario para competir, que sea probable que la denegación elimine la competencia y, que sea probable que perjudique a los consumidores.

La conducta abusiva tiene lugar cuando los patrones tarifarios y piezas de recambio suministrados por la empresa con posición de dominio sean indispensables para competir en el mercado de la reparación y mantenimiento de taxímetros. Y como se ha mencionado anteriormente, la Ley del Taxi obliga a los vehículos que prestan este servicio a estar provistos de un taxímetro de acuerdo con las tarifas obligatorias establecidas. Los cuales deben de ser actualizados en los talleres en los que se han obtenido. Así, se concluye que si un taller no dispone de recambios ni de programas de tarifas facilitados por el fabricante de una modelo de taxímetro, es muy difícil que pueda dar servicio al modelo de aparato taxímetro del fabricante. La política comercial de Interfacom supone la denegación de un activo esencial para los talleres que puede suponer la eliminación o la reducción de la competencia en el mercado de la reparación y mantenimiento de taxímetros, ya que los talleres que no tienen acceso a los patrones tarifarios y piezas de recambio solo podrán dirigirse a una demanda residual. Este hecho supondría una pérdida de competitividad para CDT. A su vez repercute de forma negativa sobre los consumidores finales, los taxistas, los cuales se verán afectados por la reducción del número de talleres que pueden realizar la actualización de los taxímetros, y el aumento de los precios por la reducción de la competencia efectiva en el mercado de la reparación y el mantenimiento de taxímetros.

Tras el análisis realizado acerca de las conductas de Interfacom se puede afirmar, tal y como el TCDC de la ACCO considera, que esta empresa ha cometido, al menos, una infracción de la LDC.

El TCDC de la ACCO considera, el abuso de posición de dominio por la negativa injustificada de suministro de patrones tarifarios y piezas de recambio a CDT (artículo 2.2.c) de la LCD), que constituye una infracción muy grave conforme al artículo 62.4.b) de la LCD, teniendo en cuenta la alta cuota de mercado Interfacom en el mercado de comercialización de taxímetros. El artículo 63.1.c) de la LDC establece que las infracciones muy graves pueden ser sancionadas con una multa de hasta el 10% del volumen de negocios total de la empresa infractora en el ejercicio anterior al de la imposición de la multa.

El artículo 64 de esta misma ley determina los criterios que se deben de tener en cuenta para fijar el importe de la sanción y las circunstancias agravantes y atenuantes que pueden concurrir. Los criterios primero y segundo, son relativos a la dimensión y características del mercado afectado por las infracciones y la cuota de mercado de la empresa responsable. Se determina un volumen de negocio de entre 236800€ y 327800€, y que 9093 de los 10499 taxímetros existentes en el AMB habían sido fabricados por Interfacom. El tercer criterio hace referencia al alcance de la infracción, la negativa al suministro a CDT tiene lugar en un mercado en el cual más del 87% de los taxímetros en 2016 habían sido fabricados por Interfacom. Para analizar el cuarto criterio, la duración de la infracción, se habría producido entre 2013 hasta 2016 (ambos incluidos). El quinto criterio analiza el efecto de la infracción sobre los derechos y los intereses de los consumidores y usuarios o sobre otros operadores económicos. Los consumidores habrían visto reducida su capacidad de elección del taller que realizara el mantenimiento y la actualización de la tarifas de los taxímetros (solo dos talleres de cinco), en términos económicos supone un perjuicio para los taxistas en precio y calidad. El resto de operadores económicos vieron limitada su capacidad de operar en el mercado, vista la negativa de suministro, por lo cual su capacidad de generar ingresos también se habrá visto afectada negativamente.

En relación con la existencia de beneficios ilícitos obtenidos como consecuencia de la infracción, ha supuesto una ventaja competitiva y un mejor posicionamiento para la empresa, ya que se ha limitado la competencia en el mercado de reparación y mantenimiento de taxímetros. Además, su posición se vio reforzada al no tener como distribuidor oficial a CDT, taller que hasta 2015 era el distribuidor que vendía más taxímetros y que adquiría más licencias de actualización de tarifas de Interfacom.

Teniendo en cuenta los criterios citados, el TCDC de la ACCO fijó la cuantía de la sanción a Interfacom en 15.000€ por la primera de sus infracciones.

6.3. CASO GOOGLE

Este caso trata una multa impuesta, en junio de 2017, por la Comisión Europea (CE) a Google. Los datos han sido extraídos del Diario Oficial de la Unión Europea, el cual plasma el *“Asunto AT.39740 – Búsqueda de Google (Shopping) (2018/C 9/08)”*¹⁶.

El motivo por el cual la CE sanciona a Google es por infringir la legislación antitrust de la Unión Europea. Google abusó de su posición de dominio en el mercado en cuanto a motor de búsqueda ofreciendo una ventaja ilegal a uno de sus productos, su servicio de compras comparativas.

Como todos sabemos, el producto estrella de Google es su motor de búsqueda. Pero en 2004 entró en el mercado de los servicios de compras comparativas en Europa con un producto al que llamó inicialmente “Froogle”, y que finalmente terminó denominando “Google Shopping”. Este nuevo producto permite a los consumidores comparar productos y precios en Internet, además de encontrar ofertas de minoristas, tiendas virtuales de fabricantes, revendedores, plataformas, etc.

¹⁶ Diario Oficial de la Unión Europea (2018): “Asunto AT.39740-Búsqueda de Google (Shopping) (2018/C 9/08)”. Disponible en: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018XC0112\(01\)&from=ES](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018XC0112(01)&from=ES).

Cuando Google hizo su entrada en los mercados de compras comparativas con “Froogle” ya eran conocidas otras empresas que se dedicaban a lo mismo, y los resultados de esta no fueron muy buenos. Los servicios de compras comparativas dependen, en gran parte, del tráfico, es decir, del número de clicks. Un mayor número de clicks supone mayores ingresos y además una mayor atracción de vendedores interesados en asociar sus productos a ese comparador de precios online.

La Decisión, tras realizar un análisis, determina que los mercados de referencia son el mercado de servicios de búsqueda general y el mercado de servicios de compras comparativas. La prestación de servicios de búsqueda general constituye un mercado de productos diferenciado; y la prestación de servicios de compras comparativas constituye un mercado de productos de referencia distinto. Y que los mercados geográficos de referencia de los servicios de búsqueda general y los servicios de compras comparativas son de ámbito nacional.

Google cuenta con una posición dominante en los mercados de búsqueda general en Internet en todo el espacio económico europeo. Mantiene cuotas de mercado muy altas en todos los países que lo forman, superiores al 90% en la mayoría de ellos. Y lo lleva manteniendo, al menos, desde 2008. Además existen barreras a la entrada en estos mercados, en parte debido a que cuanto más utilizan los usuarios un motor de búsqueda más atractivo resulta para los anunciantes.

Entonces, para mejorar la situación de su servicio de compras comparativas, Google utilizó su posición dominante en las búsquedas de carácter general en Internet como fuente de tráfico para los servicios de compras comparativas. En 2008 fue cuando inició este cambio de estrategia en los mercados europeos para impulsar su comparador de precios online. Esta estrategia se basó en colocar en un lugar destacado su propio servicio de compras comparativas, es decir, cuando un cliente hace una consulta en el buscador de Google sobre este tipo de servicio el de Google aparece en la parte superior de la lista de resultados, en una posición destacada; y coloca en posiciones más desfavorables los servicios de compras comparativas de sus rivales. Los

consumidores clican mucho más en los resultados que aparecen en una posición superior. De esta manera, por el hecho de colocar Google en un lugar destacado únicamente su servicio de compras comparativas y de situar a sus rivales en un lugar peor, consiguió una gran ventaja ilegal.

La Decisión concluye que Google comete un abuso en los mercados de referencia de servicios de búsqueda general en el EEE al posicionar y visualizar de manera más favorable, en sus páginas de resultados de búsqueda general, su propio servicio de compras comparativas en comparación con los de la competencia. Esta conducta se considera abusiva porque: desvía los flujos de tráfico de los servicios de compras comparativas rivales hacia su propio servicio, es decir, reduce el tráfico de los servicios de compras comparativas desde sus páginas de resultados de búsqueda general a favor de su servicio de compras comparativas; y puede tener efectos anticompetitivos en los mercados nacionales de servicios de compras comparativas y los servicios de búsqueda general.

La Decisión analizó la evolución real del tráfico hacia los servicios de compras comparativas competidores, y confirmó sus conclusiones sobre el comportamiento de los usuarios. Existen pruebas que muestran la influencia inmediata que tiene la clasificación de los resultados de búsqueda genérica en las páginas de resultados de búsqueda general de Google sobre la frecuencia de clics en estos resultados; se comparó la evolución de la visibilidad de servicios importantes de compras comparativas competidores con la evolución del tráfico de búsqueda genérica de Google hacia estos servicios; las pruebas que se muestran en el expediente de la Comisión indican que el posicionamiento y la visualización más favorables del servicio de compras comparativas de Google en sus páginas de resultados de búsqueda general han aumentado el tráfico hacia dicho servicio, y esto confirma que cuanto mejor posicionado y visible está en las página de resultados de búsqueda general de Google más tráfico recibe.

Esta acción llevada a cabo por Google, en todos los países de la CE desde 2008, ha supuesto un abuso de posición de dominio en la búsqueda de Internet por inhibir la competencia en los mercados de compras comparativas. Infringe

el artículo 102 del TFUE. La competencia ha visto disminuir el número de consumidores, mientras el tráfico del servicio de compras comparativas de Google aumentó cuarenta y cinco veces en el Reino Unido, treinta y cinco en Alemania, etc. Además, ha denegado a empresas rivales la posibilidad de innovar y competir según sus méritos. También los consumidores europeos se han visto afectados, ya que han sido privados de una verdadera oferta de servicios y todas las ventajas de la innovación.

La sanción fijada para esta práctica fue de 2,42 mil millones de euros, teniendo en cuenta la duración y la gravedad de la misma. Se ha calculado en función del valor de los ingresos de Google derivados de su servicio de compras comparativas en los trece países afectados. Esta sanción es resaltada como una de las mayores multas de la historia de la UE a una empresa por abuso de posición de dominio.

Para tomar esta decisión, la CE analizó varias pruebas, entre ellas: documentos actuales de Google y de otros agentes del mercado; datos de búsquedas reales de Google; experimentos y estudios relacionados con los consumidores; datos financieros; e investigaciones de mercado de clientes y competidores. La Decisión concluye que Google no ha aportado pruebas indiscutibles que demuestren que su comportamiento es indispensable para la realización de eficiencias, así como de que no existe una conducta alternativa menos contraria a la competencia que sea susceptible de producir los mismos efectos de eficiencia. Además no aporta argumentos ni pruebas que demuestren que las eficiencias logradas predominan sobre los efectos negativos en la competencia y el bienestar de los consumidores.

La CE exige a Google que ponga fin a su conducta ilegal en un plazo de noventa días, y que aplique el principio de la igualdad de trato, es decir, que aplique los mismos procesos y métodos para situar y mostrar los servicios de compras comparativas rivales en las páginas de resultados de sus búsquedas que aplica a su propio servicio.

Cabe resaltar, que Google también está expuesta a las acciones que puedan poner antes los tribunales de los Estados miembros cualquier persona o empresa que se sienta afectada por este comportamiento anticompetitivo.

6.4. CASO AGEDI/AIE RADIO

Este caso recoge una denuncia interpuesta, en diciembre de 2013, por la Asociación Española de Radiodifusión Comercial (AERC) contra la Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales (AGEDI) y la Sociedad de Artistas Intérpretes o Ejecutantes de España (AIE) por una infracción del artículo 2 de la LDC y 102 de TFUE, consistente en un abuso de posición de dominio.

Es la resolución “*Expte. S/0500/13 AGEDI/AIE RADIO*”¹⁷ emitida por la CNMC en noviembre de 2015, la fuente de la cual se extrae la información.

Las partes implicadas en esta denuncia son:

- AGEDI: Es una entidad autorizada por Orden del Ministerio de Cultura para gestionar los derechos de propiedad intelectual que corresponden a los productores fonográficos respecto de sus grabaciones sonoras y audiovisuales. Es la única entidad de gestión de este tipo de derechos autorizada para gestionarlos.
- AIE: Es también una entidad de gestión autorizada por Orden del Ministerio de Cultura para gestionar los derechos de propiedad intelectual de los artistas, intérpretes o ejecutantes y sus derechos. También es la única entidad autorizada para gestionar este tipo de derechos.

En 2004 ambas entidades firmaron un acuerdo por el que se constituyó “AGEDI-AIE Órgano Conjunto de Recaudación de Artistas y Productores CB” para la recaudación conjunta de determinados derechos de propiedad intelectual.

- AERC: Es una organización empresarial creada para defender los intereses profesionales de las emisoras de radiodifusión comercial de propiedad privada en España. Actualmente, el 80% de la audiencia total de radio en nuestro país proviene de las emisoras de radiodifusión asociadas a AERC.

¹⁷ Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2015): “Resolución Expte. S/0500/13 AGEDI/AIE Radio”. Disponible en: https://www.cnmc.es/sites/default/files/763956_0.pdf.

Las prácticas realizadas por AGEDI y AIE por las que son denunciadas son: El mantenimiento de una posición negociadora abusiva en la negociación con la AERC de un nuevo Convenio General; el incremento desproporcional e inequitativo del precio exigido a los miembros de AERC en relación con los otros derechos de propiedad intelectual de los productores de fonogramas y de los artistas en España; y el trato discriminatorio de las emisoras de radio comerciales de propiedad privada respecto de las emisoras de radio públicas en lo relativo a las condiciones tarifarias.

AGEDI/AIE es multada por infringir los artículos 2 de la LDC y 102 del TFUE por un abuso de posición de dominio en la gestión de los derechos de remuneración de la comunicación pública de fonogramas pagados por las emisoras de radio en España.

A continuación se van a analizar las condiciones bajo las que estas empresas han estado actuando. Para ello se debe tener en cuenta que los derechos de propiedad intelectual se engloban en los derechos de explotación regulados en el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (LPI), es decir, derechos patrimoniales que permiten a sus titulares obtener un rendimiento económico por la utilización de la obra por terceros. El objeto de estos derechos, en este caso, serían los fonogramas, y esta ley establece que las emisoras de radio que realicen actos de comunicación pública de fonogramas quedan obligadas a pagar la remuneración equitativa y única, tanto a los productores como a los intérpretes de fonogramas. Este derecho de remuneración es un derecho de gestión colectiva obligatoria y las únicas entidades reconocidas para su gestión son AGEDI y AIE. La LPI establece las bases para que las propias entidades fijen directamente la remuneración, a través de Tarifas Generales basadas en el grado de uso del repertorio, la intensidad y relevancia del uso, la amplitud del repertorio, los ingresos obtenidos por la explotación, el valor económico del servicio prestado, las tarifas establecidas a otros usuarios, y las tarifas establecidas en otros Estados. Pero además de establecer este sistema tarifario establecen también el de las tarifas negociadas en convenios con asociaciones representativas de los usuarios.

Para poder afirmar que existe un abuso de posición de dominio se debe concretar, entre otras cosas, el mercado relevante. Los demandantes de los derechos son los operadores radiofónicos, éstos utilizan en su actividad a modo de input los fonogramas, los cuales llevan aparejado un derecho de remuneración por su reproducción y comunicación pública. Desde el punto de vista de la demanda no existe sustituibilidad con otros servicios, por lo tanto es necesaria la autorización de AGEDI y de AIE para poder hacer uso de ellos. Desde el punto de vista de la oferta, AIE es la única entidad de gestión que administra los derechos de los artistas, y AGEDI es la única entidad que gestiona los derechos de los productores en el territorio español. Por lo tanto se considera mercado relevante al de gestión colectiva de los derechos de autorización y remuneración que corresponden a los artistas, intérpretes o ejecutantes y a los productores de fonogramas por actos de comunicación pública radiofónica de los fonogramas, así como de reproducción instrumental para dicha comunicación pública, a través de emisoras de radio.

El mercado geográfico relevante se va a considerar el mercado nacional. Pero sí es cierto que las conductas de AGEDI/AIE son susceptibles de afectar al mercado comunitario, por ello se permite la aplicación del artículo 102 del TFUE.

AGEDI/AIE actúan como una unidad económica y disfrutan de una posición de dominio absoluto en el mercado español de la gestión colectiva de los derechos de autorización y remuneración que corresponden a los artistas, intérpretes o ejecutantes y a los productores de fonogramas por actos de comunicación pública radiofónica de los fonogramas, así como de reproducción instrumental de los mismos para dicha comunicación pública a través de las emisoras de radio. Además de disfrutar de una posición de monopolio, su poder de mercado es reforzado cada vez que los operadores radiofónicos quieren hacer uso de los fonogramas cuyo derecho de propiedad intelectual gestiona esta empresa. Como se ha mencionado anteriormente, cuenta con independencia a la hora de fijar y aplicar las tarifas de los derechos.

En el sistema de tarifas aplicado por AGEDI/AIE a las emisoras de radio en España se distinguen las Tarifas Generales, las tarifas negociadas con

asociaciones representativas como son AERC y la FORTA (Federación de Organismos o Entidades de Radio o Televisión Autonómicas), y las tarifas individuales negociadas con RTVE. Cuando tuvo lugar esta resolución, AGEDI/AIE estaba en proceso de revisión de las Tarifas Generales encaminada a sustituir la tarifa general que tenían, basada en el criterio de disponibilidad, por una tarifa general basada en el uso del repertorio.

Tras el análisis de las diferentes tarifas aplicadas por AGEDI/AIE en los últimos años se considera que ha impuesto un sistema remuneratorio inequitativo y discriminatorio en el mercado de gestión de los derechos de uso de los fonogramas, por parte de las emisoras de radio. El cálculo de las tarifas para cada grupo de emisoras ha sido diferente en función de su pertenecía o no a una determinada asociación. Se demuestra que el sistema es inequitativo y discriminatorio por los siguientes motivos:

- Existencia de un trato discriminatorio e inequitativo en todas las Tarifas, al fijarse unos importes mínimos exigibles a las emisoras en base a criterios poblacionales y no por uso de fonogramas.
- Las emisoras de radio que pagan conforme a Tarifas Generales han pagado por servicio equivalente un porcentaje más alto de tarifa que el resto de emisoras, y no se les han aplicado descuentos.
- Las emisoras pertenecientes a FORTA han disfrutado de una serie de deducciones por servicio público, lo cual no es objetivo y les proporciona una ventaja frente al resto de emisoras.
- Las nuevas tarifas, que aun no habían sido aprobadas pero si aplicadas, son desproporcionadas e inequitativas al haber experimentado un aumento injustificado.

Estas acciones tienen lugar, al menos, desde septiembre de 2006 hasta diciembre de 2014.

Para poder afirmar que las acciones llevadas a cabo por AGEDI/AIE abusan de su posición de dominio se recurre a la ley. En el artículo 2 de la LDC se considera explotación abusiva de su posición de dominio: a) la imposición, de forma directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales o de servicio no equitativos; y d) la aplicación en las relaciones comerciales o de

servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloque a unos competidores en situaciones desventajosas frente a otros. Además, el artículo 102 del TFUE contiene una prohibición equivalente en sus letras a) y c).

Estas acciones infractoras tienen repercusión en el mercado, ya que se ha distorsionado la competencia en los mercados en los que los operadores de radio actúan como oferentes, algunos de ellos sufren una desventaja competitiva frente al resto; todos ellos compiten por audiencia y en función de ella muchos obtienen publicidad, principal fuente de financiación para los operadores radiofónicos comerciales. El hecho de no ofrecer las condiciones del Convenio a los operadores radiofónicos comerciales que facturan conforme a las Tarifas Generales causa un perjuicio para estos, ya que tiene un margen de negociación más reducido frente a AGEDI y AIE, por lo tanto se han visto obligados a aceptar peores condiciones en comparación con los miembros de AERC. El trato desigual entre emisoras se ha materializado en el pago de un mayor importe con respecto a las emisoras asociadas.

La infracción es calificada como muy grave, y para el cálculo de la multa se han tenido en cuenta las circunstancias agravantes (ambas entidades ya fueron sancionadas por haber incurrido abusos de posición de dominio). La sanción impuesta ha sido una multa del 6% del volumen del negocio de cada empresa en el año 2014; resultando 1.211.400€ para AGEDI, y 1.579.020€ para AIE.

7. CONCLUSIONES

El estudio de varios casos reales de abuso de posición de dominio permite obtener una visión general de esta práctica. A pesar de ser una pequeña muestra de cuatro casos la que se ha plasmado en este trabajo, se han valorado otros como *S/DC/0580/16 Criadores de caballos*, *S/DC/05517/15 Nokia*, *S/0460/13 SGAE-Conciertos*, etc.; todos ellos caracterizados por resoluciones largas, técnicas y complejas. La elección de los expuestos ha sido

basada en los diferentes tribunales que los resuelven, los diferentes sectores a los que pertenecen las empresas infractoras y las prácticas abusivas llevadas a cabo.

Algo primordial y muy importante que se saca en claro tras esta investigación, sobre el abuso de posición de dominio, es la diferencia entre la mera posición de dominio de la que puede gozar una empresa y el abuso que se puede realizar de la misma. En muchos de los casos que se comete este abuso se trata de empresas que gozan de una posición monopolística natural, la cual les otorga un poder de negociación total y una posición de dominio indiscutible. En otros casos son grandes empresas con altas cuotas de mercado que, de la misma manera, les otorga la posición de dominio. El agente que goza de esta posición dominante tiene la capacidad suficiente para influir en variables clave en el mercado y poder expulsar o bloquear de este a sus rivales con el fin de maximizar sus beneficios. Pero estas prácticas prohibidas repercuten en el mercado desequilibrándolo de diferentes maneras, las cuales no solo afectan a empresas rivales sino también a los consumidores.

Se ha visto como en todos los tipos de sectores se pueden dar casos de abuso de posición de dominio, pero cabe destacar el sector tecnológico y de comunicaciones, sector de los transportes, sector farmacéutico y sector eléctrico como los más asiduos a este tipo de acciones. Éste abuso puede darse a través de diferentes prácticas, las más usuales son la imposición, de forma directa o indirecta, de precios u otras condiciones comerciales o de servicios no equitativos; y la aplicación, en las relaciones comerciales o de servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloque a unos competidores en situación desventajosa frente a otros. Aun así cabe decir que no existe una lista cerrada de abusos, y cualquier práctica que desde la posición de dominio debilite a la competencia o dañe a los consumidores puede ser abusiva. Además, en una misma denuncia pueden darse diferentes prácticas de abuso de posición de dominio o una combinación con otro tipo de práctica prohibida. Las conductas colusorias, que son acuerdos colectivos prohibidos los cuales tiene como objeto impedir, restringir o falsear la competencia, es usual encontrarlas en casos en los que también se da abuso de posición de dominio por parte de una de esas empresas.

Con respecto a la resolución de denuncias; debido a la descentralización de la aplicación antitrust en España, dependiendo de la CC.AA. en la que se dé el caso su resolución pertenecerá a su propia autoridad de competencia o a la CNMC. Como se comentó en la primera parte de este trabajo, para reducir gastos de las CC.AA. algunas de ellas han eliminado los Tribunales de Defensa de la Competencia autonómicos y otras lo están considerando. Pero, ¿será esta una buena medida?

El abuso de posición de dominio existe, a veces no es fácil verlo sobre todo por parte de los consumidores, pero se convive diariamente con ello. Ahora, cabe preguntarse si realmente la justicia nos defiende bien.

Varias doctrinas han acusado a la Comisión de aplicar el artículo 102 del TFUE con criterios formalistas, de no utilizar la flexibilidad que se les otorga y de no considerar objetivamente la realidad económica. Tras analizar los casos expuestos y leer varios más se puede destacar, al menos desde mi punto de vista, la investigación minuciosa que las autoridades realizan para valorar la existencia de abuso de posición dominante a través del estudio del mercado relevante en el que es infringida la ley, el gozo o no de posición de dominio y si existe abuso de la misma. En un mercado regido por la libre competencia todas las empresas tienen cabida siempre que cumplan las normas y no perjudiquen al resto de agentes del mercado, por ello las justificaciones que las empresas dan sobre sus acciones denunciadas son valoradas objetivamente para comprobar si realmente justifican la acción. No se pretende proteger ni beneficiar a las empresas más ineficientes, sino velar por una libre competencia justa, ya que las empresas que gozan de posición dominante en el mercado deben cuidar especialmente sus acciones. El hecho de que la LDC fije un máximo legal del 10% del volumen del negocio de la empresa con respecto a las sanciones impuestas, tiene como objetivo evitar que el pago de la multa haga desaparecer a la empresa.

Como colofón a este estudio, bajo mi opinión, se puede decir que la existencia de posición de dominio no es castigada por los organismos que componen la Defensa de la Competencia, sino que estos velan para que se use de manera lícita conforme a la ley. Y lo que sí que castigan, tras ser investigado, es el

abuso que se puede ejercer de esta posición. Con ello no se pretende ni expulsar a las empresas con posición dominante ni proteger a las más ineficientes, sino que exista una competencia efectiva la cual no perjudique al mercado.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adrián, A.J., Allúe, A., et al. (2002): Políticas Comunitarias. Editorial LexNova.

Broseta, M. y Martínez, F. (2017): Manual de Derecho Mercantil. Volumen I. Editorial Tecnos.

Campuzano, A., Palomar, A. y Calderón, C. (2015): El Derecho de la Competencia. Editorial Tirant Lo Blanch.

Cinco Días (2018): Disponible en: <https://cincodias.elpais.com/>. [Consulta: 21 de febrero de 2018].

CNMcblog (2018): Disponible en: <https://blog.cnmc.es/>. [Consulta: 5 de febrero de 2018].

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2017): Disponible en: <https://www.cnmc.es/>. [Consulta: 3 de febrero de 2018].

El Economista (2018): Disponible en: <http://www.eleconomista.es/>. [Consulta: 23 de febrero de 2018].

European Commision (2017): Disponible en: <https://ec.europa.eu/>. [Consulta: 20 de enero de 2018].

Expansión (2018): Disponible en: <http://www.expansion.com/>. [Consulta: 25 de febrero de 2018].

La Gaceta del Taxi (2018): "25000€ de sanción por abuso de posición dominante". Disponible en: <https://www.gacetadeltaxi.com/25.000-euros-de-sancion-por-abuso-de-posicion-dominante-7599>. [Consulta: 10 de marzo de 2018].

Menéndez, A. y Rojo, A. (2017): Lecciones de Derecho Mercantil. Volumen I. Editorial Thomson Reuters.

Velasco, L.A. (2006): Diccionario de Derecho de la Competencia. Editorial Iustel.

Velasco, L.A., Alonso, C., Echebarría, J., Herrero, C y Gutierrez, J. (2011): La aplicación privada del Derecho de la Competencia. Editorial LexNova.

REFERENCIAS LEGALES CONSULTADAS

Autoritat Catalana de la Competencia (2016): “Resolución expediente 78/2016, Taxímetros”. Disponible en http://acco.gencat.cat/web/.content/80_acco/documents/arxius/actuacions/2018_0111_Resolucion-exp-78-2016-Taximetros.pdf. [Consulta: 15 de marzo de 2018].

BOE (2007): “Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia”. Núm.159, pp. 28848-28872. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2007/07/04/pdfs/A28848-28872.pdf>. [Consulta: 9 de enero de 2018].

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2014): “Resolución Expte. s/0446/12 Endesa Instalación”. Disponible en: https://www.cnmec.es/sites/default/files/495455_0.pdf. [Consulta: 23 de marzo de 2018].

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2015): “Resolución Expte. S/0500/13 AGEDI/AIE Radio”. Disponible en: https://www.cnmec.es/sites/default/files/763956_0.pdf. [Consulta: 4 de abril de 2018].

Diario Oficial de la Unión Europea (2012): “Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea”. Núm. 326, pp. 391-412. Disponible en: <https://www.boe.es/doue/2010/083/Z00047-00199.pdf>. [Consulta: 12 de enero de 2018].

Diario Oficial de la Unión Europea (2018): “Asunto AT.39740-Búsqueda de Google (Shopping) (2018/C 9/08)”. Disponible en: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018XC0112\(01\)&from=ES](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018XC0112(01)&from=ES). [Consulta: 10 de abril de 2018].

BOE (2002): “Ley 1/2002, de 21 de febrero, de Coordinación de las Competencias del Estado y las Comunidades Autónomas en materia de Defensa de la Competencia”. Núm. 46. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2002/02/22/pdfs/A07148-07153.pdf>. [Consulta: 23 de enero de 2018].

BOE (2013): “Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia”. Núm. 134, pp. 42191-42243. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2013/06/05/pdfs/BOE-A-2013-5940.pdf>. [Consulta: 9 de enero de 2018].