

INTRODUCCIÓN AL DERECHO DE LA COMPETENCIA

Miguel Ángel Tenas Alós



INTRODUCCIÓN AL DERECHO DE LA COMPETENCIA

Miguel Ángel Tenas Alós

This work was partially funded by Departamento de
Educación, Ciencia y Universidades, from the Gobierno de
Aragón (Spain) (Research Group S07_23R, ECONOMIUS-J)

Copyright © 2025

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. del Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos (www.cedro.org) garantiza el respeto de los citados derechos.

Editorial Colex S.L. vela por la exactitud de los textos legales publicados. No obstante, advierte que la única normativa oficial se encuentra publicada en el BOE o Boletín Oficial correspondiente, siendo esta la única legalmente válida, y declinando cualquier responsabilidad por daños que puedan causarse debido a inexactitudes e incorrecciones en los mismos.

Editorial Colex S.L. habilitará a través de la web www.colex.es un servicio online para acceder a las eventuales correcciones de erratas de cualquier libro perteneciente a nuestra editorial.

© Miguel Ángel Tenas Alós

© Editorial Colex, S.L.
Calle Costa Rica, número 5, 3.^º B (local comercial)
A Coruña, C.P. 15004
info@colex.es
www.colex.es

I.S.B.N.: 978-84-1194-940-8
Depósito legal: C 303-2025

SUMARIO

PRÓLOGO

Prólogo.....	13
--------------	----

TEMA 1

INTRODUCCIÓN AL DERECHO MERCANTIL: CONCEPTO Y FUENTES

1. Concepto de Derecho Mercantil.....	17
1.1. Concepto.....	18
1.2. Contenido sistemático.....	24
2. Fuentes del Derecho Mercantil.....	30
2.1. Fuentes normativas.....	30
2.2. La Ley mercantil.....	32

TEMA 2

INTRODUCCIÓN A LA DEFENSA DE LA COMPETENCIA

1. Diferenciación entre defensa de la competencia y competencia desleal.....	37
2. El concepto económico de competencia.....	39
3. Derecho de libre competencia.....	43
4. Derecho de la Unión Europea.....	46
4.1. Principales fuentes normativas.....	46
4.2. Ámbito de aplicación.....	47
5. El modelo español.....	54
5.1. Mecanismos de coordinación en el sistema español.....	56

5.2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMyC).....	58
5.3. Aplicación del Derecho de la competencia por los tribunales.....	60

TEMA 3 **DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

1. Conductas colusorias.....	63
1.1. Catálogo de supuestos prohibidos y consecuencias jurídicas.....	70
1.2. Exenciones a las conductas colusorias.....	73
2. Prácticas abusivas.....	75
2.1. Posición de dominio en el mercado.....	76
2.2. Explotación abusiva de una posición de dominio en el mercado.....	78
2.3. Consecuencias jurídicas de la explotación abusiva de una posición de dominio en el mercado.....	79
3. Falseamiento de la libre competencia por actos desleales.....	80
4. Supuestos de dispensa de las prohibiciones.....	81
5. Control de las operaciones de concentración económica.....	83
6. Ayudas y subvenciones públicas.....	90

TEMA 4 **COMPETENCIA DESLEAL**

1.La protección de la competencia.....	97
1.1. La primera cláusula general.....	99
1.2. La segunda cláusula general.....	104
1.3. Diligencia profesional y prácticas honestas del mercado.....	107
2. Los actos de competencia desleal. Catálogo de supuestos concretos.....	108
2.1. Actos contrarios a los intereses de los competidores....	109
2.2. Actos contrarios a los intereses de los consumidores....	114
2.2.1. Los actos de confusión.....	114
2.2.2. Los actos de engaño.....	117

2.2.3. Los actos de comparación pública.....	121
2.2.4. Otros actos contrarios a los intereses de los consumidores.....	122
3. Actos contrarios al mercado.....	124
4. Acciones legales.....	127

TEMA 5
LA PUBLICIDAD COMERCIAL

1. Introducción.....	129
2. La integración de la publicidad en los contratos perfeccionados.....	133
3. Las declaraciones publicitarias como continente de los deberes precontractuales de información.....	137
4. Supuestos específicos de publicidad ilícita.....	148
5. El jurado de la publicidad de autocontrol y acciones disponibles contra la publicidad ilícita.....	155
6. Estudio de caso: la publicidad en el sector automovilístico....	158
6.1. La importancia jurídica de la información precontractual.....	160

PRÓLOGO

El derecho de la competencia ocupa un lugar destacado en la estructura jurídica y económica de las sociedades modernas. Este conjunto de normas tiene como principal objetivo garantizar el funcionamiento eficiente y equitativo de los mercados, preservando las condiciones de competencia como motor esencial para la innovación, el crecimiento económico y el bienestar de los consumidores. Su relevancia se encuentra arraigada en la comprensión de que un entorno competitivo fomenta no solo la libre elección de los consumidores, sino también la mejora continua en la calidad y los precios de los bienes y servicios.

Históricamente, el derecho de la competencia surge como una respuesta jurídica a los excesos de poder económico, cuya concentración en manos de pocos actores puede amenazar tanto el mercado como el orden democrático. Desde los primeros antecedentes en el derecho anglosajón, como la Ley Sherman de 1890 en los Estados Unidos, hasta los complejos sistemas normativos de la Unión Europea y otras jurisdicciones modernas, este derecho ha evolucionado constantemente para responder a los desafíos planteados por un mundo globalizado y tecnológicamente avanzado.

El derecho de la competencia no solo protege el mercado como institución económica, sino que también desempeña un papel crucial en la defensa de los intereses de los consumidores. Un mercado competitivo se caracteriza

por su capacidad de ofrecer a los consumidores opciones diversificadas, precios razonables y productos de alta calidad. La competencia también incentiva la innovación, ya que las empresas, en su esfuerzo por destacarse frente a sus rivales, desarrollan nuevas tecnologías, modelos de negocio y soluciones creativas.

Sin embargo, cuando la competencia se ve distorsionada por prácticas anticompetitivas, como los cárteles, el abuso de posición dominante o las concentraciones empresariales que restringen el mercado, las consecuencias pueden ser graves: los consumidores se ven perjudicados, las pequeñas y medianas empresas enfrentan barreras insuperables y, en última instancia, la economía en su conjunto se debilita.

En este sentido, el derecho de la competencia también actúa como un mecanismo para limitar el poder económico y promover un entorno en el que todos los actores del mercado tengan la posibilidad de competir en condiciones justas. Esto no implica una intervención constante o indiscriminada del Estado en la actividad económica, sino más bien un marco normativo que garantice el equilibrio entre la libre iniciativa empresarial y la protección de los principios que rigen los mercados abiertos.

El derecho de la competencia se distingue por ciertas características fundamentales que lo convierten en un área jurídica dinámica y compleja.

En primer lugar, su carácter económico-jurídico. Este derecho se encuentra en la intersección entre el derecho y la economía, lo que exige un análisis técnico que combine conceptos jurídicos con herramientas de economía. Para evaluar si una conducta o una operación empresarial es compatible con las normas de competencia, es necesario comprender cómo afecta al funcionamiento real del mercado.

En segundo lugar, su vocación preventiva. Además de sancionar las infracciones, el derecho de la competencia busca prevenir situaciones que puedan distorsionar el mercado. Esto se manifiesta, por ejemplo, en los proce-

dimientos de control de concentraciones, donde las autoridades analizan fusiones y adquisiciones antes de que tengan lugar para determinar si podrían reducir la competencia efectiva.

Debe, también destacarse su flexibilidad y adaptabilidad. Los mercados evolucionan constantemente debido a factores como los avances tecnológicos, la globalización y los cambios en los modelos de negocio. En consecuencia, el derecho de la competencia debe ser lo suficientemente flexible para adaptarse a estas transformaciones y garantizar que las reglas sigan siendo relevantes y eficaces.

Además, en cuarto lugar, debe aludirse a su dimensión supranacional. En un mundo globalizado, muchas prácticas anticompetitivas trascienden las fronteras nacionales. Por ello, el derecho de la competencia tiene una importante dimensión internacional. La cooperación entre autoridades de diferentes países y la existencia de sistemas regionales, como el de la Unión Europea, son esenciales para abordar estas conductas y promover mercados globales justos.

Por último, resulta también fundamental su equilibrio entre intervención y libertad. Una de las tensiones inherentes al derecho de la competencia es encontrar el equilibrio adecuado entre intervenir para corregir las distorsiones del mercado y permitir que las fuerzas del mercado actúen libremente. Este equilibrio es crucial para evitar tanto el exceso de regulación como la permisividad ante conductas que perjudiquen la competencia.

El derecho de la competencia enfrenta una serie de desafíos en el siglo XXI que requieren reflexión y adaptación constante. Entre las que pueden destacarse cuestiones como el poder de las plataformas digitales, la sostenibilidad y la competencia, la globalización y su fragmentación normativa, y las que afectan a sectores económicos concretos del mercado; en esta obra emplearemos ejemplos y un estudio de caso basados en el sector del automóvil, que está actualmente sufriendo una tormenta perfecta de cambios disruptivos y la llegada de nuevos competidores, especialmente de nacionalidad china.

El derecho de la competencia es, pues, un pilar fundamental para el desarrollo de mercados justos, dinámicos y sostenibles. Su importancia no solo radica en los beneficios económicos que genera, sino también en su contribución a la construcción de sociedades más equitativas y democráticas. Como disciplina jurídica, plantea desafíos intelectuales y prácticos que exigen una comprensión profunda tanto de los principios jurídicos como de las realidades económicas.

En este libro, se invita al lector a explorar los aspectos fundamentales y las problemáticas actuales del derecho de la competencia, con la esperanza de aportar herramientas útiles para su comprensión y aplicación. En un mundo en constante cambio, el estudio y la práctica de este derecho son más relevantes que nunca para garantizar mercados más libres, justos y sostenibles.

TEMA 1

INTRODUCCIÓN AL DERECHO MERCANTIL: CONCEPTO Y FUENTES

Sumario: 1. Concepto de Derecho Mercantil. 1.1. Concepto. 1.2. Contenido sistemático. 1.3. Del Derecho de la empresa hacia el Derecho del mercado. 2. Fuentes del Derecho Mercantil. 2.1. Fuentes normativas. 2.2. La ley mercantil.

El Derecho de la Competencia no es una rama independiente del Derecho, sino que queda inserto en el Derecho Mercantil. Por ello, se estima necesario realizar una breve introducción al Derecho Mercantil español, para recordar las principales características del mismo y, a partir de ahí, centrarnos específicamente en la materia que nos ocupa, el Derecho de la Competencia.

1. Concepto de Derecho Mercantil

En las próximas páginas repasaremos, brevemente, el concepto del Derecho Mercantil, el contenido sistemático del mismo y la evolución de este Derecho, que comenzó siendo de la empresa para posicionararse en la actualidad, tal y como indica la doctrina, como Derecho del mercado.

1.1. Concepto

Entendemos el Derecho Mercantil como el sector del ordenamiento jurídico privado que nace y se viene desarrollando con el objeto de atender a las exigencias del tráfico económico, para las que el Derecho Civil se mostró desde el primer momento insuficiente.

Una de las cuestiones fundamentales que resultan de obligada referencia es la tremenda antigüedad existente en la regulación de las materias concernientes al Derecho Civil, por un lado, y al Derecho Mercantil, por el otro. Si bien es cierto que durante el paso de las décadas los textos han ido siendo modificados, la redacción original del Código Civil español data del año 1889. En el caso del Código de Comercio, el cuerpo normativo de referencia en materia de Derecho Mercantil, el año de aprobación es 1885.

Estas fechas de aprobación de los textos legales son, a la vista de cualquier experto o persona que conozca algo del mundo del Derecho, tremadamente antiguas. Si por algo destaca la labor de la abogacía es por la continua modificación de sus fuentes doctrinales, bien con la aprobación y promulgación de nuevas normativas o textos, o con los distintos pronunciamientos jurisprudenciales que implican la modificación de algunas cuestiones.

En la actualidad, múltiples tipos de negocios que han alcanzado gran relevancia ni siquiera existían cuando se aprobó el Código de Comercio. En sentido, los contratos de franquicia, el comercio electrónico, leasing, renting, o la simple y extendida utilización de tarjetas bancarias, son sistemas o tipos de contrato que en la redacción originaria del Código de Comercio resultaban de imposible regulación, porque ni siquiera existían en la mayoría de los casos no ya la idea en sí, sino ni siquiera conceptos básicos de los mismos ni la tecnología que ha hecho posible su uso con el paso del tiempo.

El Derecho Mercantil, en sus orígenes, estuvo ligado a la actividad comercial, naciendo a partir del desarrollo

El Derecho de la competencia es una disciplina esencial para el funcionamiento eficiente de los mercados, garantizando la libre competencia y protegiendo a los consumidores frente a prácticas anticompetitivas. En *Introducción al Derecho de la Competencia*, el autor ofrece un análisis accesible y riguroso sobre los principios fundamentales que rigen esta rama del derecho, abordando tanto su evolución histórica como su marco normativo actual.

A lo largo de sus capítulos, la obra examina cuestiones clave como los acuerdos restrictivos de la competencia, el abuso de posición dominante y las concentraciones económicas, ilustrando cada concepto con ejemplos y referencias a casos relevantes. Además, se estudia el papel de las autoridades de competencia y su impacto en la regulación del mercado.

Dirigido a estudiantes, profesionales del derecho y economistas, este libro es una guía imprescindible para comprender los mecanismos que buscan equilibrar la competencia y el interés general, promoviendo mercados más justos y dinámicos.



MIGUEL ÁNGEL TENAS ALÓS

Doctor en Derecho por la Universidad de Zaragoza. Estancias de investigación en Lausanne, París y Roma. Acreditado por ANECA como profesor Contratado Doctor. Ha impartido docencia en la Universidad de Zaragoza, Centro de Estudios Universitarios (Madrid) y Centro Universitario Villanueva (Madrid). Actualmente, es profesor de Derecho en la Universidad San Jorge (Zaragoza) y en la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR). Miembro del grupo de investigación Economius-J.

PVP 25,00 €
ISBN: 978-84-1194-940-8

A standard one-dimensional barcode representing the ISBN 978-84-1194-940-8.

9 788411 949408

OA