

## **La CNMC archiva las actuaciones contra la Asamblea Nacional Catalana (ANC) por su campaña “Consum estratègic” por no haberse acreditado efectos en la dinámica competitiva**

- Esta campaña pretendía encauzar el comportamiento de los consumidores a favor de determinadas empresas con sede social en Cataluña en detrimento de productos o servicios ofrecidos por empresas del IBEX35.
- La CNMC ha constatado, tras solicitar información a diferentes operadores, que la campaña no alteró la competencia efectiva en el mercado.

**Madrid, 17 de junio de 2022.-** La CNMC ha decidido archivar las actuaciones contra la Asamblea Nacional Catalana (ANC) por su campaña “Consum estratègic” ya que no se ha considerado acreditada la existencia de una infracción del artículo 3 de la Ley de Defensa de la Competencia (LDC) consistente en actos de competencia desleal por parte de la ANC ([S/0014/20](#)).

### **Hechos investigados: la campaña “consum estratègic”**

El 8 de noviembre de 2018, la ANC presentó la Campaña “Consum Estratègic” que se articuló a través de una página/portal web bajo la misma denominación, la celebración de ferias y charlas de difusión, y distintas herramientas para mayor visibilidad y difusión. La campaña tenía por objeto encauzar el comportamiento de los consumidores y empresas para que se abstuvieran de contratar productos o servicios ofrecidos por determinadas empresas, en especial las denominadas empresas del IBEX35, en favor de determinadas empresas con sede social en Cataluña por motivos ajenos a la competencia.

### **Denuncia contra la ANC**

El expediente se inició tras la denuncia ante la Autoritat Catalana de Competència (ACCO) de Foment del Treball Nacional (FTN) contra la ANC. La denuncia alertaba de presuntas conductas prohibidas por el artículo 3 de la LDC, derivadas de la campaña desarrollada por la ANC, denominada “Consum Estratègic”, iniciada con el presunto objetivo de boicotear determinadas empresas en favor de otras con sede social en Cataluña por motivos ajenos a la competencia basada en los propios méritos.

1

El Juzgado de lo Mercantil número 11 de Barcelona, en diciembre de 2019, se pronunció favorablemente sobre las medidas cautelares solicitadas por FTN en la demanda presentada contra la ANC, paralizando la campaña.

### **La competencia de la CNMC en conductas del artículo 3 de la LDC**

El artículo 3 de la LDC establece que *“La Comisión Nacional de la Competencia o los órganos competentes de las Comunidades Autónomas conocerán en los términos que la presente Ley establece para las conductas prohibidas, de los actos de competencia desleal que por falsear la libre competencia afecten al interés público”*.

La aplicación de la Ley de Competencia Desleal corresponde a los Tribunales de Justicia, y la CNMC sólo está facultada para sancionar la conducta desleal cuando la misma resulta apta para restringir la competencia efectiva en el mercado, que es el interés público tutelado por la LDC.

### **Evaluación del impacto de la campaña**

La CNMC ha solicitado información en relación con los servicios a los que iba dirigida la campaña, en particular los de suministro de electricidad y gas (mercado libre), telefonía móvil e internet, bancarios y financieros, aseguradoras y empresas de distribución minorista alimentaria. Se ha pedido información sobre el eventual impacto de la campaña en su actividad comercial, marca y reputación. Con carácter general, los operadores consultados han manifestado que, de conformidad con sus datos de negocio internos y experiencia en el mercado correspondiente, no puede deducirse que la campaña analizada haya tenido impacto en los resultados de su actividad comercial.

Además, se ha realizado un análisis de la evolución de las cuotas de mercado en los mercados de los sectores analizados, del que se concluye que la campaña “Consum Estratégic” no ha tenido una incidencia significativa que permita aislarla como factor decisivo en el cambio de contrataciones en los sectores analizados.

El análisis realizado por la CNMC concluye que, con carácter general, no puede deducirse que la campaña analizada haya tenido impacto en los resultados de la actividad comercial de las empresas consultadas.

La CNMC considera, por tanto, que no existen evidencias de que la dinámica competitiva de los mercados se haya visto alterada como consecuencia de la campaña impulsada por la ANC. Por ello, procede al archivo de las actuaciones,

1

al no concurrir los elementos necesarios para declarar una infracción del artículo 3 de la LDC.

[S/0014/20](#)