

A VUELTAS CON LA “UNIDAD DE MERCADO NACIONAL”

(DANCING WITH THE NATIONAL MARKET UNITY PRINCIPLE IN SPAIN)

Working Paper IE Law School

AJ8-177

07-07-2011

Francisco Marcos

Professor of Law
Fellow, Center for European Studies/IE
IE Law School
Serrano 118, bajo dcha.
28006 Madrid (SPAIN)
francisco.marcos@ie.edu

Resumen /Abstract

El principio de unidad de mercado constituye una creación anfibológica del Tribunal Constitucional con el propósito de reforzar la proscripción de ciertas intervenciones autonómicas exorbitantes. Este trabajo critica la existencia y la utilización de tan eufemístico refuerzo, que contradice la preferencia latente por la autonomía y la descentralización. La alusión a la “unidad de mercado nacional” carece de sentido sino se enmarca en la concepción (y realidad) económica de los mercados como lugar de cruce de la oferta y demanda de bienes y servicios. Las características de aquellas y de los bienes y servicios intercambiados serán determinantes en la configuración y estructura de cada mercado, de manera que –en puridad- resulta imposible aludir a, en términos genéricos, un único mercado nacional.

The market unity principle is an amphibological creation of the Constitutional Court to strengthen the prohibition of certain exorbitant interventions by the regions. This paper criticizes the existence and use of such an euphemistic reinforcement, which contradicts the latent preference for autonomy and decentralization. The reference to "domestic unit" is meaningless it is not part of the concept (and reality) of markets considered as the economic crossroad of supply and demand for goods and services. The characteristics of demand and offer and the exchanged goods and services will determine the configuration and structure of each market, so that, strictly speaking, is impossible to refer to in generic terms, a single national market.

Palabras clave/ Keywords:

Economía de mercado; federalismo, comunidades autónomas; libertad de empresa; libertad de circulación; unidad de mercado; igualdad.
Market Economy; Federalism; Spanish Regions; Free Enterprise; Freedom of movement; equality; Market Unity

La publicación de la Serie Working Papers IE-Law School está patrocinada por la Cátedra Jean Monnet-IE.
Copyright © 2011 Francisco Marcos, Profesor de derecho en IE Law School.
Este working paper se distribuye con fines divulgativos y de discusión.
Prohibida su reproducción sin permiso del autor, a quien debe contactar en caso de solicitar copias.
Editado por el IE Law School, Madrid, España

*The publishing of Serie Working Papers IE-Law School is sponsored by Cátedra Jean Monnet-IE.
Copyright ©2011 by Francisco Marcos, Professor at IE Law School.
This working paper is distributed for purposes of comment and discussion only.
It may not be reproduced without permission of the copyright holder.
Edited by IE Law School and printed at IE Publishing, Madrid, Spain*

Introducción

El concepto de “unidad del mercado nacional” no se recoge de manera explícita en nuestra Constitución. De hecho, su utilización práctica por la jurisprudencia constitucional (y por derivación por la doctrina y por el legislador) es generalmente de corte abstracto, y no ha ido precedida de una reflexión previa sobre la realidad económica en la que se proyecta. Esa ausencia determina la parcialidad, incoherencia y hasta confusión que padecen la mayoría de los análisis sobre la cuestión (incluidos algunos del propio Tribunal Constitucional)¹.

A nuestro juicio, la concreción del concepto de mercado al que se alude debería el presupuesto necesario de cualquier el análisis posterior. Para ello, este trabajo acude a la definición del mercado relevante, propia de la economía de la organización industrial y del derecho y de la economía de la competencia, atendiendo obviamente a la dimensión territorial o al ámbito geográfico del mercado, como fundamento para el análisis ulterior (*infra* § 1). En efecto, no todos los mercados tienen dimensión nacional, y sólo de los que la tengan cabrá hablar en su caso de una posible fragmentación a través de las intervenciones autonómicas. Cuando los mercados tienen un ámbito geográfico inferior al nacional no cabe en rigor hablar de una fragmentación del mercado nacional por las intervenciones autonómicas, pues se trata de mercados con ámbitos geográficos más reducidos.

No obstante lo anterior, es cierto que en algunos mercados cuyo ámbito geográfico es nacional, las normas e intervenciones de las Comunidades autónomas (en adelante CCAA) en el ejercicio de sus competencias pueden incidir de manera decisiva y determinante en su configuración, hasta el punto incluso de provocar *artificialmente* a su fragmentación en algunos mercados de carácter estrictamente autonómico. Lo anterior ocurrirá cuando las normas y decisiones autonómicas erijan barreras (de entrada/de salida) a determinados productos o servicios a sus territorios conduciendo en la práctica a la creación de mercados independiente.

Lo anterior pone de relieve cómo la determinación del ámbito geográfico del mercado es un punto de partida imprescindible para valorar la solidez de la alusión a la posible existencia de un mercado único y nacional, y constituye una cuestión diferente de cuál sea la dimensión óptima de cada mercado (*infra* § 2).

Ciertamente, la mayoría de las competencias reconocidas a las CCAA se proyectarán normalmente sobre mercados de ámbito autonómico o infra-autonómico, de tal manera que, en verdad, difícilmente se puede hablar en tales casos de que los poderes autonómicos rompan la unidad de mercado (*infra* §3). Los eventuales excesos y extravagancias autonómicas podrán eventualmente corregirse por aplicación de normas o principios constitucionales (señaladamente la libertad de empresa, artículo 38)

¹ Entre los que me incluyo, véase MARCOS (2006b) y los trabajos que allí se citan.

y, en el campo de los servicios, por aplicación de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio².

Sin embargo, para aquéllos casos en los que el reparto competencial haya concedido a las CCAA poderes que desborden el marco geográfico de su territorio o cuando puedan existir o se produzcan intervenciones autonómicas que trasciendan más allá del ámbito de la CCAA en cuestión, el principio de unidad de mercado se revela una herramienta inadecuada y poco útil (infra §4). Frente a soluciones que no aparecen en el texto constitucional, como la eventual introducción de una cláusula de limitación de los efectos supra-autonómicos de las normas y actuaciones de las CCAA, y sin necesidad de acudir al Tribunal Constitucional, existen diversas herramientas que pueden limitar los eventuales excesos autonómicos (infra §5).

Es cierto que existen en el texto constitucional elementos e indicios que, en diferentes términos, apuntan a la unidad territorial del Estado, pero también a una clara y abierta tendencia hacia la descentralización política y administrativa de los poderes del Estado (a nivel tanto autonómico como local). La descentralización se articula como un principio estructural clave en la organización del Estado español desde 1978. La tensión entre la necesaria unidad del Estado y el modelo autonómico de descentralización de la Administración y de los poderes públicos se convierte así en una de las cuestiones o problemas permanentes en el debate jurídico-político de nuestro país³.

A pesar de la falta de mención en el texto constitucional, desde 1982 el Tribunal Constitucional ha acuñado el principio de “unidad del mercado nacional”⁴, que ha utilizado con frecuencia en su jurisprudencia posterior (y luego ha tenido un impacto o reflejo indirecto en las leyes estatales o autonómicas) con diferentes finalidades. Se trata de un principio que se considera implícito a la Constitución al que se apela como límite frente al ejercicio de poderes y las intervenciones autonómicas en materia económica o que tengan incidencia en el orden económico nacional⁵. En la jurisprudencia constitucional, el tipo de conflicto que se trate de resolver en cada asunto o el carácter

² BOE nº 184, de 24 de noviembre de 2009, págs. 99570-99593. En este punto véase MARCOS (2009).

³ Late en nuestra trayectoria histórica la dificultad de integrar las diferentes regiones en el Estado, “Esta fuerza centrífuga latente debe ser atendida para evitar que la unidad se rompa”, MUÑOZ MACHADO (2006: 14).

⁴ FJ2º de la STC 1/1982, de 29 de enero de 1982 (“*La unicidad del orden económico nacional es un presupuesto necesario para el reparto de competencias entre el Estado y las distintas Comunidades Autónomas no conduzca a resultados disfuncionales o desintegradores*”). La unicidad del orden económico nacional tiene dos concreciones “*el principio de unidad de mercado y, por lo tanto, del mercado de capitales, y la exigencia de medidas de política económica aplicables con carácter general, a todo el territorio nacional, al servicio de los objetivos económicos fijados en la propia constitución*” (FJº 3 de la STC 96/1984, de 19 de octubre). Sobre la doctrina de la “unidad del mercado nacional”, véanse ampliamente ALBERTI ROVIRA (1995: 177-3017), CALONGE VELÁZQUEZ (1988 y 1989) y TENA PIAZUELO (1997 y 2000).

⁵ TENA PIAZUELO (2006: 345) que habla de “*ese principio constitucional no escrito, presente implícitamente a lo largo de la Constitución en diversos preceptos (el artículo 139 y otros concordantes), como es el principio de unidad del orden económico nacional, requisito imprescindible para que el reparto de competencias no conlleve resultados disfuncionales*”.

de la intervención pública en cuestión marcan de manera determinante el sentido atribuible a la “unidad de mercado”. El principio de “unidad de mercado nacional” recibe, de esta manera, una configuración ambivalente, que sirve a diferentes propósitos. Sin embargo, la indeterminación de su contenido y su titubeante utilización por parte del Tribunal Constitucional le restan virtualidad como una cláusula firme y clara que limite los posibles excesos de las CCAA.

En cualquier caso, al margen de las posibles variaciones (y vacilaciones) en la doctrina constitucional, es cierto que en la casi totalidad de los casos, el principio de “unidad de mercado” se formula como refuerzo accesorio o complementario de otros límites constitucionales frente a los posibles excesos del fenómeno descentralizador. En efecto, ese carácter “negativo” del principio de unidad de mercado en nuestro sistema constitucional, como límite frente a las fuerzas centrífugas de las CCAA, condiciona su aplicación y relevancia práctica. En este sentido, contrasta abiertamente con el empleo “positivo” del principio de unidad mercado, como principio o garantía de integración de elementos separados preexistentes⁶.

Además, su configuración como refuerzo de otros límites constitucionales frente a las normas e intervenciones autonómicas limita notablemente su eficacia. No olvidemos que el constituyente español parece haber otorgado preferencia a la autonomía frente a las exigencias de “unidad de mercado”, que si se formulase como un principio “fuerte” y una auténtica exigencia constitucional debería haber supuesto una limitación de cualquier intervención de las CCAA con efectos supra-autonómicos. En tal contexto no es de extrañar que la “unidad de mercado” se articule como un principio retórico⁷, de escasa relevancia práctica.

Aunque existan razones económicas que puedan llevarnos a concluir que el Estado de las autonomías no es la estructura más eficiente para la organización de nuestro Estado, la opción del constituyente por un modelo dinámico de descentralización no parece discutible ni cuestionable⁸. La eventual limitación de la diversidad de las normas autonómicas habrá de producirse por el ejercicio de la

⁶ Aunque, véase TENA PIAZUELO (2006: 330-332) que, precisamente, lo utiliza en este sentido “*como Derecho de la integración*” o “*como Derecho de la estructura integrada*”. En nuestra opinión, empero, la dinámica integradora no es la que actualmente se suscita en el contexto español, a diferencia de lo que ocurre en otros (como la Unión Europea o los Estados Unidos de Norteamérica), sobre lo cual véanse DE LA QUADRA SALCEDO (2004).

⁷ V. gr., TENA PIAZUELO (2006:338) “*dicho principio sólo puede tener un contenido reconocible y operativo desentrañando en términos estrictamente jurídicos las diversas consecuencias competenciales que sobre el mismo cabe extraer del Ordenamiento vigente, descubriendo de esta manera una perspectiva jurídico subjetiva de la unidad de mercado y contemplando así la vertiente institucional que configura dicho principio, que resulta ser, además, la única verdaderamente explícita*”.

⁸ MUÑOZ MACHADO (2006: 33) habla del carácter abierto y singular de este proceso. Para una crítica desde la perspectiva económica, véase MÉNDEZ DE ANDES (2007). De hecho, es posible que quepa afirmar que “[e]l grado de autonomía y discrecionalidad que el sistema español confiere a la actuación de las Administraciones Autonómica y Local es realmente muy elevado, lo que no contribuye a que se vertebre de manera eficiente la regulación”, GUTIÉRREZ CARRIZO (2006) 134.

competencia estatal de ordenación general de la economía (artículo 149.1.13ª de la Constitución) o por la legislación de armonización prevista en el artículo 150.2 de la Constitución.

Este trabajo analiza el escaso sentido y eficacia del principio de “unidad de mercado nacional” como límite ante las posibles iniciativas exorbitantes y extravagantes de las fuerzas de descentralización protagonizadas por las CCAA. Los términos en que la doctrina de la “unidad de mercado nacional” ha sido aplicada por el Tribunal Constitucional le restan cualquier eficacia, y parece preferible obviar esta alusión retórica, limitándose a utilizar otros principios e instrumentos previstos expresamente en el texto constitucional para frenar los posibles excesos en la configuración del Estado autonómico⁹

1. El mercado como lugar de encuentro de oferta y demanda: ¿mercado o mercados? El mercado relevante y su ámbito geográfico.

La referencia a la “unidad de mercado nacional” no ha ido precedida de una reflexión previa sobre la noción de “mercado” como realidad económica a la que se califica como “nacional” presumiblemente en atención a su dimensión territorial. La concepción del mercado como realidad económica, debe preceder a la evaluación del mismo que desde las diversas perspectivas jurídicas puedan hacerse.

El mercado es el lugar en el que se intercambian los bienes y los servicios. La Constitución española es clara en su opción por el sistema de mercado como opción o mecanismo para la asignación y distribución de los recursos (artículo 38)¹⁰. Esta alternativa del constituyente no es de carácter ontológico, sino que constituye una preferencia de corte pragmático a favor de que los bienes y servicios se distribuyan a través del mercado. En efecto, de esta manera se alude al mercado como realidad económica en la que se efectúan transacciones comerciales y de servicios. La microeconomía y la organización industrial examinan el funcionamiento de los mercados, en función de los agentes participantes, las condiciones del acceso al mercado y la información disponible (transparencia). La política y el derecho de la competencia intervienen para asegurar un funcionamiento competitivo de los mercados, que redunde en una mejora del bienestar de los consumidores¹¹.

Por tanto, el recurso a la noción de mercado relevante será adecuado en este contexto, porque de esa manera se dispondría de un estándar o parámetro de referencia para evaluar la uniformidad en las condiciones de competencia entre demandantes y oferentes, que es en el fondo a la que indirectamente

⁹ Alternativamente, aunque para ello sea preciso reformar el texto constitucional, sería posible introducir una cláusula que limite las regulaciones e intervenciones autonómicas que tengan efectos supra-autonómicos. De esta manera se introduciría un mecanismo eficaz para la restricción de un ejercicio exorbitante de sus poderes por las autoridades autonómicas, pero supondría una revisión del reparto competencial existente, con implicaciones políticas y jurídicas de gran envergadura.

¹⁰ CIDONCHA (2006: 121-155). Es discutible, en cambio, la opción constitucional por un mercado único, DE LA QUADRA (2008: 99-101).

¹¹ Véanse, por todos, MOTTA (2003: 102-115) y WHISH (2009: 26-39).

la jurisprudencia y la doctrina constitucional parecen querer aludir cuando se refieren a la unidad del mercado.

Ciertamente las condiciones de acceso al mercado y de oferta/demanda varían en función de la tipología de productos o servicios en cuestión, que pueden verse afectadas por circunstancias culturales, sociales o económico. Adicionalmente, pueden existir variaciones en la configuración del mercado debidas a circunstancias geográficas locales, regionales o autonómicas diversas que condicionen, flexibilizando -o todo lo contrario- las condiciones de oferta y demanda de determinados productos o servicios en las distintas partes del territorio nacional¹². Es cierto que las normas jurídicas y las actuaciones administrativas son una de las coordenadas o planos que pueden afectar a la definición o delimitación del mercado, pero no es necesariamente la misma relevante (i.e, la existencia de normas distintas no significa siempre que se trate de mercados relevantes diferentes).

Una vez efectuada la anterior concreción, queda clara la generalidad y escasa aplicación práctica de las apelaciones que nuestra jurisprudencia y doctrina constitucional hacen al mercado y su unidad. Las condiciones de competencia varían de manera extraordinaria en los diferentes mercados de productos y servicios, que tienen dimensiones o ámbitos geográficos distintos, y no cabe en rigor hablar de un mercado único nacional.

Desde esta perspectiva la caracterización y definición de los mercados atiende a la sustituibilidad geográfica de la demanda y de la oferta, también a factores múltiples que apunten a la mayor globalización o segmentación del mercado (correlación o diferencia de precios, lengua, costes de transporte, intensidad de las relaciones comerciales, barreras de entrada, legales o de otro tipo). El énfasis en la demanda, al atender predominantemente al área geográfica en la que se encuentran las fuentes alternativas de aprovisionamiento del producto o servicio relevante por los consumidores, hace que la definición de los mercados relevantes adolezca siempre de algún prejuicio¹³. La diferencia de precios, la intensidad de las transacciones entre diferentes regiones y el mayor o menor “efecto frontera” asociado a determinados productos o servicios pueden también ser útiles en la definición de los mercados relevantes¹⁴.

El ámbito o dimensión geográfica del mercado variará en cada caso, de modo que frente a mercados de dimensión nacional (o incluso supranacional) existirán mercados de dimensión inferior. En muchos casos, las características funcionales de los productos o servicios, su demanda y su oferta, hacen que

¹² §2 de la Comunicación de la Comisión relativa a la definición de mercado de referencia a efectos de la normativa comunitaria en materia de competencia (*DOUE n° C 372 de 09/12/1997 págs. 5–13*) “*El principal objetivo de la definición de mercado es determinar de forma sistemática las limitaciones que afrontan las empresas afectadas desde el punto de vista de la competencia*”.

¹³ No necesariamente más reducido, sino que variará según el caso, pero la metodología empleada y su aplicación en la práctica (que, en muchos casos, concluye el análisis de manera bastante imprecisa o vaga) dejan bastante que desear, SLEUWAEGEN Y DE VOLDERE (2001), SLEUWAEGEN, DE VOLDERE Y PENNING (2001).

¹⁴ SLEUWAEGEN Y DE VOLDERE (2001: 14). La existencia de un menor efecto frontera, la igualdad de precios y la intensidad de las transacciones intrarregionales denotan una integración de los mercados.

los mercados sean de dimensión local, provincial o autonómica, sin que quepa hablar de un mercado nacional.

Sólo cuando la demanda y la oferta de los productos o servicios intercambiados y su funcionalidad tengan dimensión supra-autonómicas, la existencia de condiciones de competencia homogéneas serán determinante de la configuración geográfica del mercado¹⁵, y podrá hablarse de que las intervenciones autonómicas en esas transacciones podrían efectivamente fragmentar un mercado cuya dimensión natural sería nacional.

2. El tamaño del mercado vs. la dimensión geográfica del mercado.

Desde una perspectiva económica, la “unidad de mercado nacional” también se emplea doctrinalmente como sinónimo del tamaño o dimensión adecuada del mercado para aludir a la inconveniencia e ineficiencia de su fragmentación de mercados que naturalmente serían de ámbito geográfico extenso, en otros más pequeños mediante la erección de artificiales barreras normativas y administrativas¹⁶.

El discurso doctrinal sobre el particular prescinde de las circunstancias concretas, incluyendo las funcionales, que pueden hacer que un mercado tenga una dimensión geográfica inferior a la nación. Naturalmente, si las condiciones del mercado (demanda, oferta y otras) no permiten que exista una sustituibilidad de los productos o servicios a nivel nacional, por diferentes razones (y principalmente los costes de transporte), las diferentes regulaciones o intervenciones autonómicas no añadirán nada en la delimitación de un mercado que *ex ante* no era ya de dimensión nacional.

Cuando así ocurra, por tanto, se asistirá al recurso a una vaga noción de “mercado económico”¹⁷, que no atiende a sus características específicas que en puridad y rigor determinarían una dimensión geográfica reducida del mercado. En efecto, la presencia de la misma empresa en varios mercados vecinos no debe conducir a una diferente delimitación del mercado (alterando en su dimensión geográfica). En este sentido, la existencia de economías de escala o de enfoque en la oferta o prestación de determinados productos o servicios no significa que necesariamente –y por ello- deba considerarse un mercado único de mayor dimensión, ni debe servir como argumento para superar la fragmentación cuando ésta se debe a otras razones.

¹⁵ De acuerdo con la Comunicación de la Comisión relativa a la definición de mercado de referencia el mercado geográfico de referencia se define como sigue (§8): «*El mercado geográfico de referencia comprende la zona en la que las empresas 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, en particular, a que las condiciones de competencia en ella prevalecientes son sensiblemente distintas a aquéllas*».

¹⁶ De hecho, cabría pensar que hay datos económicos como la mayor intensidad del comercio intra-regional, indicativos del carácter único de un determinado mercado y que, por tanto, abogarían en principio contra de su fragmentación o separación en varios mercados, véanse VÁZQUEZ VEGA (2006) y VELARDE FUERTES (2005).

¹⁷ Una distinción entre el “mercado económico” y el mercado relevante en términos de competencia, en SLEUWAEGEN, DE VOLDERE Y PENNING (2001: 24).

Además, y al margen de la delimitación natural del mercado relevante de cada producto o servicio, debe tenerse en cuenta que la propia Constitución establece un escenario en el que se reconocen competencias a las CCAA para intervenir en los mercados, sea cual sea su ámbito geográfico, y así ha ocurrido en la realidad: son muchas y muy variadas las intervenciones normativas y administrativas autonómicas (pero no sólo, también municipales) que impiden, cuando sería teóricamente posible (y económicamente óptimo para las empresas) el aprovechamiento de economías de escala por los oferentes de productos y servicios. En el fondo, el reconocimiento de la autonomía en la Constitución lleva implícito el germen de la diversidad administrativa y normativa y, por definición, ello puede afectar o condicionar el comportamiento empresarial a escala nacional¹⁸, lo que parece lógica derivación del modelo constitucional. Ciertamente, como se verá más adelante, lo que la Constitución limita es hasta dónde y cómo puede producirse ese condicionamiento.

En algún caso, cuando las competencias autonómicas inciden en mercados cuyo ámbito geográfico es nacional, la necesidad de que las empresas adapten sus ofertas a los entornos normativos y administrativos creados autonómicamente y que les sean aplicables a ese nivel determinará, en su caso, una probable fragmentación de la unidad del mercado nacional. Los excesos y extravagancias autonómicas sólo podrán ser controladas, cuando no persigan objetivos legítimos o justificados o lo hagan de manera inadecuada o no proporcional, si obstaculizan el libre flujo de los recursos en el territorio nacional o introducen desigualdades en la posición jurídica (derechos y obligaciones) de los sujetos.

3. La correlación entre competencias autonómicas y dimensión territorial del mercado en el que se reconocen competencias a las Comunidades autónomas.

El modelo de Estado descentralizado que se instaura en 1978 sienta las bases para el ejercicio de diversas competencias por las Comunidades Autónomas. El reconocimiento de poderes normativos (en sus diferentes modalidades) y ejecutivos supone una clara manifestación a favor de la descentralización, que está implícita en nuestro modelo constitucional y que no es posible desconocer.

En lo que a la regulación e intervención en los mercados se refiere, como no podía ser de otra manera, la Constitución sienta las bases para que las Comunidades Autónomas asuman en sus Estatutos de Autonomía competencias para legislar sobre los mercados locales cuyo ámbito geográfico se circunscriba al territorio autonómico.

¹⁸ CABRILLO (2007: 28) “*existen serias amenazas a la unidad de mercado al atribuirse las Comunidades Autónomas competencias exclusivas que pueden crear serias distorsiones a la actividad de las empresas*”. En términos análogos, refiriéndose genéricamente al mayor coste derivado de la adaptación de las empresas a las diferentes políticas lingüísticas autonómicas, VELARDE FUERTES (2005: 7).

Así ocurre, por ejemplo, con la legislación que afecta a las diversas facetas del comercio interior o minorista, ferias interiores y artesanía, incluyendo el etiquetado de los productos¹⁹. Se trata de mercados de ámbito local por definición²⁰, y no cabe sostener que el ejercicio de la competencia autonómica fragmente ningún mercado nacional, porque no se trata de mercados nacionales, si no de mercados locales. En tal caso, los únicos límites que cabe oponer a los excesos de la regulación autonómica serían los derivados del respeto al sistema constitucional de reparto y ejercicio de competencias y el contenido esencial de la libertad de empresa.

No obstante lo anterior, y el análisis que aquí se realiza no pretende ser exhaustivo ni detallado, la Constitución legitima la asunción de competencias por las CCAA que pueden incidir en mercados cuyo ámbito territorial es claramente supra-autonómico. Ciertamente, en muchos casos las competencias autonómicas se encontrarán limitadas a la mera ejecución de la legislación del Estado o, todo lo más, al desarrollo de las bases que se establezcan en la legislación del Estado, pero es innegable que la intervención autonómica puede aquí afectar a mercados de ámbito nacional, y puede ocurrir incluso que el ejercicio de sus poderes por las CCAA lleven a fragmentar los “mercados nacionales”.

En el ejemplo del comercio minorista o del etiquetado de productos antes aludido, la competencia autonómica se proyecta sobre mercados locales, pero inevitablemente puede producir efectos en el mercado aguas arriba de la distribución mayorista y también de la fabricación o producción de bienes/servicios.

En los casos en que pueden existir intervenciones (normativas o administrativas) de las CCAA en mercados de dimensión nacional que sean diferentes entre sí, puede llegar a fragmentarse o segmentarse estos mercados nacionales²¹. Con el propósito de evitar esta

¹⁹ Así, véanse por ejemplo, STC 147/1996, de 19 de septiembre, sobre la regulación autonómica (catalana) del etiquetado de productos. Si fuera posible que el Estado en el ejercicio de una competencia transversal amputase la competencia autonómica sobre el etiquetado en la lengua propia de la CCAA se estaría atacando la base del modelo descentralizado diseñado en la constitución. Desde la perspectiva empresarial, el fabricante no se encuentra en una posición muy distinta a la del que decide comercializar sus productos en distintos Estados miembros de la Unión Europea.

²⁰ Desde la perspectiva de la oferta es cierto que las empresas consideran probablemente una dinámica de mercado de ámbito nacional (o incluso superior), lo que les permite aprovechar economías de escala, pero se trata de una cuestión distinta, que no supone que la dimensión geográfica del mercado sea o deba ser otra.

²¹ Sostiene lo contrario, al afirmar que nuestro sistema constitucional no favorece la fragmentación de mercado, FRANCO (2008: 140). Ciertamente, sus reflexiones pueden considerarse más atinadas en torno a la unidad de mercado y la defensa de la competencia, en la medida en que no existen competencias normativas de las Comunidades Autónomas en esta materia, y las competencias ejecutivas difícilmente cabe entender que fragmenten los mercados de ámbito nacional. No obstante, la delimitación del mercado relevante no es el criterio de reparto de asuntos de acuerdo con la Ley 1/2002, de 1 de febrero, de Coordinación de Competencias del Estado y las CCAA en materia de defensa de la competencia (BOE nº 46, de 22 de febrero de 2002, págs. 7148-7153) y, teóricamente, cabría pensar en las competencias concurrentes de las diversas autoridades autonómicas sobre prácticas prohibidas realizadas en un único mercado nacional en las que fuera posible dividir los efectos en

situación, aunque con una coherencia cuestionable y una eficacia limitada, surge el principio de “unidad del mercado nacional”.

4. La formulación del principio de “unidad del mercado nacional”: un refuerzo aparente (pero inadecuado) frente a la ineficacia de otros límites.

El principio de “unidad del mercado nacional” se ha articulado y configurado por el Tribunal Constitucional de manera ambigua y difuminada²². Probablemente, surgió como una reacción un tanto intuitiva a los posibles excesos en la descentralización, como recordatorio del carácter único del orden económico nacional²³.

En principio, el modelo de Estado autonómico que la Constitución traza introduce unos límites claros a los posibles excesos de las CCAA en la asunción y ejercicio de competencias. En efecto, junto al sistema de reparto de competencias²⁴, que delimita de manera aproximada los respectivos ámbitos de competencia, la Carta Magna formula tres límites explícitos que necesariamente ha de respetar cualquier ejercicio de competencias por las CCAA: la *libre circulación* (artículos 139.2CE y 157.2CE); la *igualdad de condiciones básicas del ejercicio de derechos y posiciones jurídicas de los ciudadanos en todo el territorio nacional* (artículos 139.1CE y 149.1.1^aCE) y la *solidaridad interterritorial* (artículos 138, 156.1 y 158 CE).

De esta manera, aparentemente, cabría extraer de la Constitución española unos límites a las actuaciones de las CCAA. Sin embargo, su aplicación práctica resulta un tanto equívoca e indeterminada. Máxime cuando se adereza con la alusión por el Tribunal Constitucional, a modo de refuerzo, al principio de unidad de mercado.

En primer lugar, como no podía ser de otra manera en un Estado descentralizado como el que la Constitución diseña, se permiten las intervenciones (legislativas y ejecutivas) de las CCAA que afecten a la (libre) circulación de los recursos en el territorio nacional, pero no aquéllas que la obstaculicen²⁵. No obstante la diferencia entre “afectar” y “obstaculizar” dista de ser clara. La

cada territorio autonómico y, por tanto, cabría hipotetizar en qué medida las soluciones fragmentan la unidad de ese mercado. No obstante, la Ley 1/2002 pretende establecer mecanismos de coordinación para evitar estos supuestos, y además este caso sería un candidato claro a una competencia del Estado central.

²² Véase MARCOS (2006b) y referencias allí contenidas.

²³ No es, por ello, de extrañar que el principio de unidad de mercado y el principio de unicidad del orden económico nacional se confundan, utilizándose con frecuencia de manera indistinta. Los consideran dos principios distintos TENA PIAZUELO (1997: 252) y ALBERTI ROVIRA (1993 y 1995), mientras que son una misma cosa para SANTAMARÍA PASTOR (1988: 270).

²⁴ Que se extrae de los artículos 148 y 149 de la CE y de cada Estatuto de Autonomía.

²⁵ Sobre este particular, ALBERTI ROVIRA (1993: 51-63) y ALBERTI ROVIRA (1995). Véase también DE LA QUADRA (2008: 44 y 53).

afectación se convierte en obstaculización si resulta innecesaria, inadecuada, injustificada o desproporcionada.

De igual modo, la Constitución prevé la existencia de variedad y diversidad en las regulaciones autonómicas, mas –de nuevo- resulta difícil trazar los límites a los posibles excesos y extravagancias autonómicas. El juicio de constitucionalidad sobre ciertas intervenciones autonómicas que modifican e introducen sustratos diversos en el estatus jurídico de los ciudadanos, resulta tremendamente complejo. En efecto, junto a la legitimidad constitucional de la actuación autonómica de orden legislativo se hace preciso averiguar en qué medida afecta a las condiciones básicas de la posición jurídica o del ejercicio de los derechos, y hasta qué punto se produce una ruptura del principio de igualdad. Las recientes reformas de los estatutos de autonomía han supuesto en algún caso la incorporación a estos de declaraciones y catálogos de derechos fundamentales y libertades públicas que no infringen esta limitación si no suponen, en el marco de las competencias asumidas, el establecimiento de discriminaciones entre los ciudadanos que se encuentran en circunstancias sustancialmente idénticas en el seno de cada Ordenamiento²⁶.

Finalmente, el texto constitucional afirma el principio de solidaridad entre los distintos territorios que integran la nación española como clave en la organización del Estado autonómico. De este modo, el principio de autonomía se ve limitado por la necesidad de equilibrar la distribución de los recursos a nivel nacional²⁷.

En gran medida, y a pesar de las dificultades de su aplicación práctica, interpretadas con rigor, estas cláusulas deberían servir para frenar los excesos y extravagancias de los legisladores y gobiernos autonómicos, aunque la realidad dista mucho de ser esa. Aunque la aplicación rigurosa de esos principios generales debería haber actuado en detrimento de las competencias autonómicas que, de este modo, se deberían haber visto considerablemente recortadas o matizadas en su ejercicio. Sin embargo, la tolerancia hacia los excesos en las regulaciones autonómicas o en las actuaciones de la administración autonómica constituyen una manifestación de la deferencia que en la implementación del modelo constitucional se ha otorgado al principio de autonomía. En suma, en la práctica ha imperado una clara preferencia del principio de autonomía y descentralización frente al principio de unidad y centralización²⁸.

En esa situación, en la que la aplicación práctica de esos límites deja bastante que desear, no es de extrañar que se haya acudido a la “unidad de mercado” como un principio genérico en el que amparar, normalmente como complemento a los anteriores límites, una censura a los posibles excesos autonómicos.. Como se verá a continuación cabe afirmar que, llevado a sus últimas consecuencias, no sólo resultaría incoherente y contrario a la propia lógica estructural de descentralización del Estado propugnada en la Constitución (y a la apuntada preferencia por la autonomía), si no sobre todo, dado

²⁶ PORRAS RAMÍREZ (2007: 27).

²⁷ FJº 7 y 9 de la STC 64/1990, de 5 de abril

²⁸ SANTAMARÍA PASTOR (1988: 271).

su carácter retórico tiene alcance limitado y es ineficaz para limitar la mayoría de las intervenciones autonómicas.

4.1 La limitada eficacia y alcance de la “unidad del mercado nacional” como freno a las intervenciones autonómicas exorbitantes: Un refuerzo aparente (pero inadecuado) frente a la ineficacia de otros límites.

Una de las circunstancias que puede limitar o condicionar las condiciones de competencia en los mercados puede ser precisamente la regulación o las actuaciones administrativas de las CCAA.

Cuando hablemos de mercados de ámbito geográfico nacional, las intervenciones autonómicas legítimas (en ejercicio de competencias efectivamente atribuidas a la CCAA y que sean respetuosas con la libertad de empresa) podrán ciertamente condicionar o afectar las condiciones de acceso y ejercicio de la actividad en el mercado de los operadores en función del lugar geográfico en el que se encuentren, pero no es correcto afirmar necesariamente rompan la unidad del mercado²⁹. En la medida que impidan la libertad de establecimiento, la libre circulación de bienes o servicios o rompan la igualdad de las posiciones jurídicas de los agentes, podrá actuarse contra ellas, controlando los excesos.

En los mercados territorialmente locales, en cambio, difícilmente pensar que las variaciones en las intervenciones autonómicas rompan la “unidad del mercado nacional”³⁰. El carácter local de la prestación (oferta) y de la demanda impide que verdaderamente entre en juego la libre circulación el territorio nacional. Además, las variaciones respecto de las condiciones de competencia vigentes en otros mercados se explican normalmente por el juego del Estado autonómico, siempre que el sustrato básico de la posición jurídica de los operadores sea equivalente, pudiendo controlarse -en teoría- los eventuales excesos a través de otras herramientas previstas en la Constitución (libertad de empresa). En tal caso, puede incluso ocurrir que el efecto del ejercicio de la competencia autonómica sea el reforzamiento de un mercado autonómico diferenciado del mercado nacional (mediante la erección de barreras o la reducción de posibles economías de escala)³¹.

²⁹ Entiende lo contrario, en cambio, GUTIERREZ CARRIZO (2006: 143) “[...] España [...] avanza por la senda de ser víctima de la fragmentación de su mercado nacional. La abundante producción normativa autonómica no sólo es un problema en términos de carga para las empresas, sino también de la ruptura de la unidad de mercado. Las empresas se enfrentan a un marco normativo fragmentado y heterogéneo a la hora de desarrollar su actividad a lo largo y ancho del territorio español”.

³⁰ Es absurdo, por ejemplo, considerar que la regulación autonómica en materia funeraria y de traslado de cadáveres rompa la unidad del mercado nacional –PETITBÓ (2006: 269)-, porque *stricto sensu* no existe un auténtico mercado nacional de estos servicios, sino múltiples mercados locales. Lo anterior no es óbice para que quepa afirmar la inconstitucionalidad, por introducir restricciones innecesarias, injustificadas y desproporcionadas en la libertad de empresa.

³¹ GUTIERREZ CARRIZO (2006:) 144) `pone el ejemplo de la producción de libros de texto (“La necesidad de adaptar los manuales a las particularidades lingüísticas y educativas de cada región eleva los costes del

Es cierto, no obstante, que al margen de la dimensión geográfica del mercado, pueden producirse variaciones en la regulación autonómica a pesar de respetarse los límites antedichos, que resulten de difícil control. La ruptura de la unidad de mercado se utiliza entonces como un recurso fácil para calificar la duplicación normativa y de controles (sean diferentes o no) y la mayor complejidad que ello traslada al mercado y a la actividad empresarial. Sin embargo, se trata de un resultado previsible de la organización territorial de los poderes del Estado: la disparidad normativa camina de la mano de nuestro Estado de las autonomías y constituye una manifestación del modelo constitucionalmente instaurado, que indudablemente puede haber alcanzado extremos absurdos en algún caso (v. gr., comercio minorista³²), pero que se enmarca en ese modelo constitucional.

5. Posibles soluciones frente a las actuaciones autonómicas exorbitantes o extravagantes.

Lo anterior pone de relieve la escasa virtualidad y eficacia de la cláusula de la unidad de mercado como límite frente a las posibles intervenciones autonómicas exorbitantes, sean de la naturaleza que sean (normativas o administrativas). Frente a la apelación genérica e ineficaz a la ruptura de la unidad de mercado como límite a las extravagancias autonómicas parece más aconsejable un cambio de sensibilidad que, de manera secuencial, evalúe las intervenciones autonómicas con incidencia en el mercado de acuerdo con distintos criterios:

1. Diferencie aquellos ejercicios de competencias autonómicas en el mercado que persigan objetivos legítimos, de manera adecuada y proporcionada, de otros que no cumplan esas condiciones.
Esas intervenciones autonómicas gozará de una mayor presunción de legitimidad cuando se proyecten sobre mercados de ámbito geográfico autonómico o Infra-autonómico, pero ello no es garantía de su constitucionalidad. Debe respetarse el contenido esencial de la libertad de empresa.
2. Ninguna intervención autonómica que afecte a un mercado de ámbito nacional debería obstaculizar la libre circulación de productos o servicios en mercados de ámbito nacional, ni alterar la igualdad en la posición jurídica básica (derechos y obligaciones) de los sujetos en el mercado. Si lo hacen, se tratará de normas o actos administrativos ilegítimos o inconstitucionales.
3. El Estado central puede promover la uniformización de las normas autonómicas que inciden en los mercados (independientemente de su dimensión territorial) en el ejercicio de las competencias de ordenación general de la economía previstas en el artículo 149.1.13^{a33}. La

producto notablemente y puede llevar a que el número de oferentes en cada mercado local se reduzca en detrimento de la competencia”).

³² MARCOS (2006a)

³³ FJ3.D) de la STC 225/1993, de 7 de agosto.

Constitución incluso prevé el recurso a leyes de armonización con una finalidad análoga (artículo 150.2). Respecto de las posibles extravagancias autonómicas a través de los poderes de ejecución de normas estatales (o comunitarias) debe enfatizarse la utilización de las conferencias sectoriales y de otros instrumentos de cooperación institucional para corregir los excesos (artículo 5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común).

Conclusiones

La equívoca alusión a la “unidad de mercado nacional” por la jurisprudencia, por la doctrina y por el legislador en nuestro país carece de sentido sino se enmarca en la concepción (y realidad) económica de los mercados como lugar de cruce de la oferta y demanda de las prestaciones empresariales. Las características de éstas y de los bienes y servicios intercambiados serán determinantes en la configuración y estructura de cada mercado, de manera que –en puridad- resulta imposible aludir a un único mercado nacional. En efecto, los presupuestos anteriores conducirán necesariamente a la existencia de múltiples mercados, que se podrán calificar o no de nacionales en función de las circunstancias.

Sentado lo anterior, que modifica radicalmente la concepción vigente sobre el principio de “unidad del mercado nacional”, cabe afirmar que este principio constituye una creación anfibológica del Tribunal Constitucional con el propósito de reforzar la proscripción de ciertas intervenciones autonómicas exorbitantes. La obstaculización del libre flujo de los recursos por el territorio nacional y la ruptura de la igualdad de las condiciones básicas del ejercicio de los derechos o de las posiciones jurídicas fundamentales por las Comunidades Autónomas constituyen los supuestos en los que con más frecuencia se ha utilizado por la jurisprudencia constitucional el principio de “unidad de mercado nacional” para respaldar la aplicación de otras disposiciones constitucionales que limitaban los excesos y extravagancias autonómicas. La mayoría de las construcciones jurisprudenciales y doctrinales son herederas de este planteamiento.

Este trabajo critica la existencia y la utilización de tan eufemístico refuerzo, que contradice la preferencia latente en el constituyente y en la justicia constitucional por el principio de autonomía. En coherencia con los presupuestos anteriores, se apunta la esencial inaptitud del principio de “unidad de mercado nacional” como límite o freno a las intervenciones autonómicas respecto de aquellos mercados de ámbito geográfico reducido (autonómico, provincial o local). En estos casos, la legitimidad (*rectius* constitucionalidad) de la actuación autonómica resulta innegable y difícilmente cabrá alegar una ruptura o fragmentación del mercado nacional, pues esos mercados son esencialmente de ámbito más reducido.

Por otro lado, en aquellos casos en los que se produzcan intervenciones autonómicas exorbitantes que afecten a mercados de ámbito supraautonómico, la aplicación rigurosa de los principios de libre circulación y de igualdad de condiciones básicas del ejercicio de los derechos y deberes debería ser

suficiente para evitar que se erigieran barreras intolerables en el funcionamiento de los mercados de ámbito nacional.

Adicionalmente, las intervenciones de los poderes públicos en los mercados deben ser respetuosas con la libertad de empresa. Sólo de esta manera se garantiza el funcionamiento del sistema de mercado previsto en la Constitución española. La anterior exigencia aplica tanto al Estado central como a las CCAA y no sólo a las normas, sino también a las actuaciones administrativas.

Además de respetar la libertad de empresa, las intervenciones públicas con incidencia en el mercado deben respetar el reparto competencial previsto en la Constitución y en el bloque de constitucionalidad. Existen límites difusos en el ejercicio de esas competencias como son la garantía de la libre circulación de bienes o servicios por el territorio nacional o la igualdad de las posiciones jurídicas básicas (derechos y obligaciones) de los operadores. La aplicación estricta y rigurosa de esos límites recortará los excesos y extravagancias autonómicas que se proyecten sobre mercados de ámbito nacional.

La utilización de la doctrina de la unidad de mercado no añade nada a los principios anteriores, resulta incoherente en su eventual aplicación y poco relevante respecto de aquellas competencias autonómicas (la mayoría) que se proyectan sobre mercados locales, ubicados en su integridad en el territorio autonómico. No puede haber ruptura del mercado nacional cuando el mercado afectado por la intervención autonómica es local.

Por otra parte, la eventual armonización o uniformización de las normas autonómicas que inciden sobre los mercados (nacionales o locales) puede producirse por vía del ejercicio de la competencia estatal de ordenación general de la economía o a través de leyes de armonización previstas constitucionalmente. Adicionalmente, respecto de los posibles excesos de la cualquier administración en el ejercicio de competencias ejecutivas, los mecanismos de cooperación institucional y, señaladamente, las conferencias sectoriales, se presentan como el instrumento más eficaz.

Referencias bibliográficas:

ALBERTÍ ROVIRA, ENOCH (1995): AUTONOMÍA POLÍTICA Y UNIDAD ECONÓMICA. (LAS DIMENSIONES CONSTITUCIONAL Y EUROPEA DE LA LIBRE CIRCULACIÓN Y DE LA UNIDAD DE MERCADO), Civitas, Madrid.

ALBERTI ROVIRA, ENOCH (1993): “La cláusula de libre circulación y la garantía de la unidad del mercado interno en la Constitución Española de 1978”, REVISTA DEL CENTRO DE ESTUDIOS CONSTITUCIONALES, 14, enero-abril, 35-63.

CABRILLO RODRÍGUEZ, FRANCISCO (2007) “Autonomías y unidad de mercado”, NUEVA REVISTA DE POLÍTICA, CULTURA Y ARTE, 109, 23-28

CALONGE VELÁZQUEZ, ANTONIO (1988) AUTONOMÍA POLÍTICA Y UNIDAD DE MERCADO EN LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA DE 1978, Universidad de Valladolid. Valladolid.

CALONGE VELÁZQUEZ, ANTONIO (1988b)“El principio de unidad de mercado en la Constitución española de 1978”, ANALES DE ESTUDIOS ECONÓMICOS Y EMPRESARIALES, 3,125-146.

CALONGE VELÁZQUEZ, ANTONIO (1989): “El principio de unidad de mercado en la Constitución española de 1978”, en LIBRO HOMENAJE AL PROFESOR JOSÉ LUIS VILLAR PALASI , coord. Rafael Gómez-Ferrer Morant, 177-196.

CARLTON, DENNIS W. (2007) "Market Definition: Use and Abuse", COMPETITION POLICY INTERNATIONAL, 3/1, primavera, 3-27.

CIDONCHA, ANTONIO (2006): LA LIBERTAD DE EMPRESA, IEE-Thomson Civitas, Cizur menor.

CORONA RAMÓN, JUAN FRANCISCO (2006): “Regulación Fiscal y unidad de mercado”, en MARCO REGULATORIO Y UNIDAD DE MERCADO, Madrid, 65-89.

CORONA RAMÓN, JUAN FRANCISCO (2001): “La Competencia entre Comunidades Autónomas”, en Lluís Cases (ed.), ANUARIO DE LA COMPETENCIA 2000, Fundación ICO-Marcial Pons, Madrid, 103-124.

DG ENTERPRISE (2003): THE INTERNAL MARKET AND THE RELEVANT GEOGRAPHICAL MARKET. The impact of the completion of the single market programme on the definition of the geographical market, A Report by Copenhagen Economics, Copenhague, 3 de febrero de 2003 (disponible en

DE LA QUADRA SALCEDO JANNINI, TOMÁS (2008): MERCADO NACIONAL ÚNICO Y CONSTITUCIÓN, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

FERNÁNDEZ MÉNDEZ DE ANDÉS, FERNANDO (2007): “Unidad de mercado, autonomías y regulación”, CUADERNOS DE PENSAMIENTO POLÍTICO FAES, 14, 117-130 (una versión similar se publicó en SEMINARIO AUTONOMÍAS EN COMPETENCIA, Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad de Madrid, 2007, 29-48).

FERNÁNDEZ NAVARRETE, DONATO (1981): “Descentralización estatal y unidad de mercado”, INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA, ICE: REVISTA DE ECONOMÍA, 571, 121-132.

FRANCO I SALA, LLUIS (2008): “La unidad de mercado en el sistema español y comunitario de defensa de la competencia”, CUADERNOS EUROPEOS DE DEUSTO, nº 38 (Política de competencia: descentralización y reforma en la UE y en España), 131-154

GARCÍA HERRERA, MIGUEL ANGEL (1991): “Autonomía y Economía”, EKONOMIAZ: REVISTA VASCA DE ECONOMÍA, 19, 16-33.

GUTIÉRREZ CARRIZO, INMACULADA (2006) “Marco regulatorio y unidad de mercado: una perspectiva desde el análisis económico”, en MARCO REGULATORIO Y UNIDAD DE MERCADO, Círculo de Empresarios, Madrid, 121-149.

HERCE, JOSÉ ANTONIO (2006) “Unidad de mercado y diversidad jurisdiccional”, en MARCO REGULATORIO Y UNIDAD DE MERCADO, 151-171.

LINDBLOM CHARLES E. (2002) EL SISTEMA DE MERCADO, QUÉ ES, CÓMO FUNCIONA, CÓMO ENTENDERLO (trad. Fernando Esteve Mora, *The market system, What it is, How it works, and What to make of it*, Yale University Press, New Haven-Londres), Alianza editorial, Madrid.

MARCOS FERNÁNDEZ, FRANCISCO (2009) “Una oportunidad para reforzar la libertad de empresa y la libre competencia: la transposición de la Directiva de Servicios en la regulación autonómica”, en LIBRO MARRÓN 2009, Círculo de Empresarios, Madrid, págs. 251-296.

MARCOS FERNÁNDEZ, FRANCISCO (2006a): “Regulación del comercio minorista en las comunidades autónomas”, ECONOMISTAS, 107, 79-92.

MARCOS FERNÁNDEZ, FRANCISCO (2006b) “El principio constitucional de unidad de mercado: ¿Fragmentación del mercado por las leyes autonómicas”, en MARCO REGULATORIO Y UNIDAD DE MERCADO, 173-227.

MOTTA, MASSIMO (2003): COMPETITION POLICY: THEORY AND PRACTICE, Cambridge University Press, Cambridge.

MUÑOZ MACHADO, SANTIAGO (2006) EL PROBLEMA DE LA VERTEBRACIÓN DEL ESTADO EN ESPAÑA (DEL SIGLO XVIII AL SIGLO XXI), Iustel, Madrid.

PELLISÉ CAPELL, JAUME (2002): MERCADO RELEVANTE, POSICIÓN DE DOMINIO Y OTRAS CUESTIONES QUE PLANTEAN LOS ARTÍCULOS 82 TCE Y 6 LEDC, Aranzadi-Thomson, Cizur Menor.

PETITBÓ JUAN, AMADEO (2006): “El espinoso asunto de la defensa de la competencia y la unidad de mercado”, en MARCO REGULATORIO Y UNIDAD DE MERCADO, 255-283.

PORRAS RAMÍREZ, JOSÉ MARÍA (2007): LAS REFORMAS ESTATUTARIAS Y EL NUEVO SISTEMA AUTONÓMICO DE FUENTES DEL DERECHO, Thomson-Civitas, Cizur Menor.

SANTAMARÍA PASTOR, JUAN ALFONSO (1988): *Fundamentos de Derecho Administrativo*, vol. I, CEURA, Madrid.

SLEUWAEGEN, LEO Y DE VOLDERE, ISABELLE (2001): “Globalisation and the definition of the relevant geographic market in antitrust practice“, *WP Vlerick Leuven Gent Management School*, nº 7 (disponible en <http://www.vlerick.be/en/2772-VLK/version/default/part/AttachmentData/data/vlgms-wp-2001-07.pdf>)

SLEUWAEGEN, LEO, DE VOLDERE, ISABELLE Y PENNINGS, ENRICO (2001): *The implications of globalization for the definition of the relevant geographic market in competition and competitiveness analysis. Final report*, enero 2001 (disponible en http://ec.europa.eu/enterprise/library/lib-competition/doc/globalisation_and_gmd.pdf).

STRAND, NICKAS (2006): “A Simple Critical Loss Test for the Geographical Market”, *Journal of Competition Law and Economics*, 2/4, 697-707.

TENA PIAZUELO, VITELIO (2006) “Defensa del principio de unidad de mercado. Riesgo de fragmentación de los mercados a través de la regulación”, en MARCO REGULATORIO Y UNIDAD DE MERCADO, 327-354.

TENA PIAZUELO, VITELIO (1997): LA UNIDAD DE MERCADO EN EL ESTADO AUTONÓMICO, Escuela Libre Editorial, Madrid.

VAZQUEZ VEGA, PABLO (2006) “¿Importa la unidad de mercado? El tamaño de los Estados” en MARCO REGULATORIO Y UNIDAD DE MERCADO, págs. 355-367.

VELARDE FUERTES, JUAN (2005) “La unidad de mercado en España y la propuesta de reforma del estatuto de autonomía de Cataluña”, PAPELES DE ECONOMÍA FAES, 23, 8 de noviembre de 2005 (disponible en http://documentos.fundacionfaes.info/document_file/filename/63/00033-00_-_la_unidad_de_mercado_en_espa_a.pdf)

WHISH, RICHARD (2009): COMPETITION LAW, 6ª ed.,