fce Escuela de Economía documentos

ISSN 2011-6322

Documento Escuela de Economía
No 21

ESQUEMA PARA EL ANALISIS DE LA ESTRUCTURA DE UN GRUPO ECONÓMICO

Mario García Molina

fce Centro Editorial
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

ESQUEMA PARA EL ANALISIS DE LA ESTRUCTURA DE UN GRUPO ECONÓMICO

Mario García Molina[1]

Resumen

Se propone un marco para el análisis de la estructura de un grupo económico diversificado a partir de 6 áreas según la función de cada empresa dentro del grupo: fuentes de efectivo, firmas financieras (que facilitan el flujo de efectivo), firmas que permiten preservar la propiedad y el control de las demás, firmas con alta rentabilidad esperada, firmas con importancia política, y firmas con baja rentabilidad que no están en los grupos anteriores. El grupo está compuesto por una red de firmas ligada a otra de personas. El estudio del grupo es el estudio de la estructura, comportamiento y evolución de tales redes.

Palabras clave: Grupos económicos, Conglomerados, Gobierno Corporativo
JEL: G32, G34, L16, L21, L25

A FRAMEWORK FOR THE ANALYSIS OF THE STRUCTURE OF DIVERSIFIED BUSINESS GROUPS

Abstract

A framework is proposed for analizing the structure of a diversified business group, according to the function of firms in the group. The areas are: cash sources, financial firms (that facilitate cash flows among firms), firms allowing to keep property and control of the group, high expected profitability firms, firms with political importance, and low profitability firms that are not in the other areas. The group is composed of a network of firms linked to one of people. Studying the group amounts to studying the structure, behavior and evolution of these networks.

Keywords: Business Groups, Conglomerates, Diversification, Corporate Governance
JEL Classifications: G32, G34, L16, L21, L25

[1] Profesor Titular Escuela de Economía, Universidad Nacional de Colombia.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Rector
Moisés Wassermann Lerner

Vicerrector Sede Bogotá
Fernando Montenegro Lizarralde

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Decano
Jorge Iván Bula Escobar

Vicedecano Académico
Gerardo Ernesto Mejia Alfaro

ESCUELA DE ECONOMÍA
Director
Leonardo Duarte Vergara

Coordinador Programa Curricular de Economía
Héctor William Cárdenas

La serie Documentos FCE considera para publicación manuscritos originales de estudiantes de maestría o doctorado, de docentes y de investigadores de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia; resultado del trabajo colectivo o individual y que hayan sido propuestos, programados, producidos y evaluados en una asignatura, en un grupo de investigación o en otra instancia académica.

Documentos FCE
Escuela de Economía
ISSN 2011-6322

La serie Documentos FCE puede ser consultada en el portal virtual: http://www.fce.unal.edu.co/publicaciones/

Coordinador Centro Editorial-FCE
Álvaro Zerda Sarmiento
Profesor Asociado - FCE

Equipo Centro Editorial-FCE
Sergio Pérez
David Alejandro Bautista Cabrera
Juan Carlos García Sáenz

Contacto: Centro Editorial –FCE

Correo electrónico:
publicac_fcebog@unal.edu.co

Este documento puede ser reproducido citando la fuente. *El contenido y la forma del presente material es responsabilidad exclusiva de sus autores y no compromete de ninguna manera a la Escuela de Economía, ni a la Facultad de Ciencias Económicas, ni a la Universidad Nacional de Colombia.*

1 Introducción

Es poco lo que se sabe acerca de la estructura interna de un grupo. Los grupos a menudo se identifican por los cruces de propiedad o entre juntas directivas y por lo tanto es fácil encontrar diagramas de estos aspectos; también se discute a menudo si un grupo es integrado horizontalmente o verticalmente. No obstante se echa de menos una caracterización de la estructura del grupo en términos económicos (no de propiedad) que permita avanzar en la comprensión de su comportamiento interno. Este ensayo intenta proponer un esquema de dicha estructura, partiendo de la idea de que la estructura y el comportamiento de un grupo económico o grupo empresarial pueden entenderse a partir del papel que cumplen las diversas empresas que lo componen. Si bien es cierto que los grupos existentes en el mundo son diversos, es posible identificar algunos factores necesarios para el funcionamiento del grupo como tal. El esquema aquí propuesto se basa en la identificación de las áreas en las que se pueden ubicar las empresas que lo componen.

La ausencia de un esquema de este tipo proviene en parte de que, a pesar de la abundante literatura al respecto, los grupos diversificados han sido estudiados de manera marginal. Piénsese si no en que los grupos no tienen cabida en los cursos y textos teóricos de microeconomía o teoría de la firma estándar, que se concentran en la empresa individual, definida implícitamente por su independencia legal; ni en los cursos y textos de organización industrial, que se concentran en la estructura del sector. Este olvido se relaciona seguramente con la poca importancia de los grupos en el mundo anglosajón contemporáneo, a diferencia de lo que ocurre en el resto del mundo (Morck y Steier, 2005) y con la influencia de los textos estadounidenses sobre los de los demás países.

La primera sección revisa dos propuestas previas de estructura a nivel de la empresa y del sector y los problemas de su uso en el caso del grupo. La segunda sección propone una clasificación de las empresas del grupo en seis posibles áreas según el papel que cumplen al interior del mismo. La tercera sección esboza cómo estudiar los cambios del grupo en el tiempo a partir de la estructura propuesta. La sección cuatro hace algunas acotaciones sobre la relación entre grupos y poder político. La quinta sección plantea cómo, mediante la idea de redes, es posible pensar el grupo en términos de capital individual sin caer en el individualismo metodológico. La sexta sección concluye.

2 Nociones de estructura en la firma y el sector industrial

El término estructura se refiere aquí a las funciones que cumplen las distintas empresas al interior del grupo. Si se quiere, se refiere a la estructura funcional. La comparación con dos clasificaciones distintas puede ayudar a entender la aquí propuesta.

Estrategia y estructura en la firma multidivisional

Alfred Chandler habla de estrategia y estructura para una empresa industrial individual al realizar la historia de la aparición de la firma multidivisional en el período alrededor de la segunda guerra mundial. Estrategia, según la define, es el planeamiento y realización de un determinado tipo de crecimiento, mientras que la estructura se refiere a la organización diseñada para administrar estos recursos y actividades ampliadas (Chandler, 1960: 15-16). La tesis fundamental de este autor es que la estrategia determina la estructura. Cabe aclarar que una forma de apreciar rápidamente la estructura en este sentido es simplemente mirar los organigramas de las empresas.

Uno de los casos estudiados por Chandler que reviste especial interés aquí es el de Du Pont. En efecto, la estrategia llevada a cabo por esta firma a partir del fin de la primera guerra mundial fue la diversificación. La empresa se concentraba inicialmente en el negocio de la pólvora y sus relaciones monopólicas con el gobierno, en particular durante la guerra. Pero la amenaza de la subutilización de

los recursos al finalizar el conflicto los llevó a incursionar en otras actividades que se basaban en la misma tecnología, tales como los tintes, las pinturas y la piroxilina. Las dificultades de mercadeo para negocios dispares se tradujeron en pérdidas y eventualmente la crisis obligó a la reorganización con la introducción de la firma multidivisional, que daba más capacidad de maniobra a cada unidad de negocio. La estructura descentralizada siguió aquí a la estrategia de diversificación. No obstante, hay que resaltar que esta es la historia de la diversificación de una empresa, no de un grupo. Si bien es posible que esta lógica permita comprender el surgimiento de algunos grupos, en general el problema tiene que ver con 1) grupos de empresas que tienen independencia legal y 2) que ya están descentralizados.

La firma multidivisional resolvía el problema de cómo dar independencia a las distintas áreas; en un grupo las distintas áreas, en la medida en que hacen parte de empresas independientes, ya tienen independencia. La estrategia de diversificación, en el caso del grupo diversificado, ya ocurrió. El comportamiento del grupo se referirá a otras cosas.

Los conceptos de estrategia y estructura, así definidos, son insuficientes para entender al grupo porque todavía están centrados en una empresa individual y en el proceso de diversificación. El grupo empresarial diversificado, ya pasó por allí y tiene unas miras más amplias.

Estructura, conducta, desempeño en el sector industrial

En un libro pionero, Joe S Bain (1968) formuló este esquema para estudiar la organización industrial de un sector. Este autor define "la estructura del mercado de modo que incorpore las características organizacionales del mercado o industria que determinan el carácter de las relaciones vendedor-vendedor, vendedor-comprador y otras similares, e influencian por tanto la naturaleza de la competencia en el mercado" (Bain 1968: 300) y enfatiza cuatro dimensiones de la estructura: grado de concentración de la oferta, grado de concentración de la demanda, grado de diferenciación de producto y condiciones de entrada (barreras).

La conducta se refiere 1) a la manera como las acciones de los diferentes vendedores, a pesar de ser en principio decisiones rivales, se coordinan y adaptan entre si; y 2) a las políticas de formación de precios. El autor enfatiza cuatro aspectos de la conducta: la determinación de los precios y cantidades a ofrecer, la determinación de los costos de venta y los productos a ofrecer, las tácticas predatorias y de exclusión de los vendedores, y la conducta mercantil de las firmas que actúan como compradoras (Bain, 1968: 302-3).

El desempeño se refiere a la evaluación del mercado en el largo plazo en términos de bienestar. Bain enfatiza tres aspectos relativos a la eficiencia técnica y uno relativo a la eficiencia distributiva: 1) la medida en que las firmas y plantas se acercan a la escala óptima; 2) la medida en que las firmas o plantas se acercan a la integración vertical óptima en sus procesos; 3) la medida en que las firmas o plantas se acercan a la utilización plena de la capacidad; y 4) la distancia en el largo plazo entre el precio de venta y el costo marginal de la industria (Bain, 1968: 374-5).

Es claro que la propuesta de este autor se concentra en la industria y no en una empresa específica, pero vale la pena resaltar dos elementos aplicables al estudio de los grupos: 1) la conducta, como la define Bain, toma en cuenta que las acciones de los distintos actores se adaptan entre sí y no son variables tan independientes como parecen cuando se parte del estudio de la empresa individual: 2) buena parte de los elementos enfatizados en este esquema son variables endógenas cuando nos referimos al estudio de grupos grandes, a causa del poder político y de mercado de los grupos. Esto no quiere decir necesariamente que el grupo pueda decidir aisladamente cuales van a ser los valores de las variables, pero sus acciones y las reacciones de los demás participantes de la industria

determinarán los resultados, deseables o no para el grupo. Tal vez la principal excepción se encuentre en el uso de la capacidad, que depende de un elemento macroeconómico: la demanda efectiva.

3 Estructura funcional y comportamiento

La propuesta aquí presentada usa dos términos: estructura y comportamiento. En primer lugar es importante entender que el grupo tiene una lógica colectiva que es más que la suma de las lógicas individuales de las empresas que lo conforman. A veces existe la tendencia a pensar el grupo como una asociación entre empresas individuales, pero puede ser más correcto pensar al grupo como una encarnación particular del capital individual.

Esto quiere decir que para comprender al grupo hace falta comprender qué es lo que busca ese capital individual, a diferencia de lo que pueda buscar la dirección de una empresa particular. Aquí aparece la primera diferencia con respecto a la tradición económica que, basada en el individualismo metodológico y la idea de empresas atomizadas, busca un agente racional que toma decisiones en la empresa o empresario[2]. Al pensar en el grupo, habrá algunas decisiones a nivel general y otras decisiones particulares que pueden ser del ámbito del gerente de una empresa. Más exactamente, nos encontramos ante un sistema de toma de decisiones en que algunas de tales decisiones están distribuidas y otras no.

Si se toma en cuenta que el grupo no representa simplemente al capital sino más específicamente al capital financiero[3], es claro que las decisiones cruciales del nivel de grupo y que probablemente no estén distribuidas en las empresas son aquellas referentes a flujos de efectivo.[4]

La importancia de los flujos de efectivo radica en la necesidad de financiación del crecimiento del grupo. En efecto, no solo es necesario financiar los proyectos de inversión, tales como la expansión de la capacidad instalada en un sector, sino también la expansión a nuevos sectores mediante la creación de nuevas empresas o la compra de otras ya existentes. Se pueden distinguir, por tanto, dos tipos de área (entendidas como subgrupos de empresas al interior del grupo con una característica común) al interior de cada grupo: un área generadora de efectivo y el área de destino de ese efectivo.

Area 1. El área generadora de efectivo está constituida por empresas con una alta rotación de efectivo. Tal papel lo pueden cumplir empresas de consumo masivo como gaseosas o cerveza, y muchos grupos surgen precisamente alrededor de ellas. Cuando la empresa inicial genera excedentes de efectivo que no son requeridos por ella, se empieza a destinar esos excedentes a la financiación de proyectos en otros sectores. He aquí una génesis usual del grupo. Una característica adicional que muy probablemente se presenta es que las empresas de esta área presenten alto poder de mercado y sean oligopolios o monopolios. Cabe esperar entonces que tales empresas se encuentren en los sectores de la economía en que sea mayor la concentración industrial y sean una de las cuatro empresas que concentran la actividad en determinado sector.

[2] El término "capital individual" no significa que sea un individuo, si bien Marx usa de modo irónico la figura del "señor Plata" para presentar las decisiones del capitalista. Que las decisiones del capital individual sean tomadas por una red, se explicará más adelante.

[3] El término no se refiere a los grupos financieros, sino que se usa en el sentido de Hilferding (1910). Ver también Pegoretti (1983).

[4] Es significativo que en el caso de Du Pont, al adoptarse finalmente la firma multidivisional en 1921, se dejara el comité financiero a nivel central (Chandler 1960: 129-31). En Francia, las decisiones de tesorería se encuentran centralizadas (Serfatti 1996).

Un ejemplo claro de empresas de esta área son las de producción de cerveza, como ocurrió en el caso de los grupos Monterrey en México (Nuncio 1982, cap 1) y Santodomingo en Colombia (Reyes 2003; Parra Restrepo 2004). Los dos grupos surgen a partir de los excedentes de efectivo generados por este sector y sus sectores iniciales tienen alta concentración industrial. Las políticas de industrialización en América Latina fomentaron los sectores con alta concentración industrial que alimentaron a estas empresas y les permitieron diversificarse (Katz y Kosacoff 1989; Chudnovsky 1999; Villalobos 1987; Castañeda Ramos 1998, cap II; Misas 2002).

Pero no basta con tener una fuente de efectivo al interior del grupo. También es necesario tener la capacidad para crear flujos de efectivo en la dirección deseada. Los flujos de efectivo entre empresas integradas verticalmente o incluso horizontalmente pueden ser manejados mediante el crédito entre dichas empresas. Tómese el caso del crédito de proveedores. El plazo de los proveedores a una empresa para pagar después de tres meses de recibido el pedido constituye en la práctica un flujo temporal de efectivo del proveedor a la otra empresa.[5] La existencia de estos créditos por razones propias del negocio de cada uno permite que, si se desea aumentar o crear un flujo de efectivo en una determinada dirección, baste con modificar las condiciones de los créditos existentes. Por ejemplo variando los plazos o las condiciones de pago.

Una segunda forma de generar flujos de efectivo entre las empresas integradas verticalmente es mediante la fijación de precios de transferencia, como parece haber sido el caso en los grupos colombianos ligados a medios de comunicación que podían transferir efectivo vía el valor de la pauta publicitaria para cada empresa (Bonilla y González 2004: 46). Al igual que con el crédito de proveedores, la identificación de estos flujos es extremadamente difícil en la práctica, ya que requeriría acceso a información confidencial de las empresas. Los precios de transferencia son más fáciles de manejar cuando son pocos y se pueden fijar en una tabla. Cuando se trata de muchos precios distintos, o muchos contratos específicos su fijación desde los miembros del grupo se hace más difícil y se necesita el control directo de los cargos que fijan esos precios, tales como las gerencias comercial y de producción.

Una tercera forma de generar flujos de efectivo, mucho menos práctica que las anteriores se basa en el capital y los pagos a él. Aquí se encuentran la capitalización, la descapitalización, y la distribución o retención de utilidades. Pero estas medidas no pueden ser tomadas de manera sistemática y discrecional, además de depender de decisiones tomadas en las asambleas de accionistas, con lo cual otros grupos de interés (como los accionistas minoritarios y los entes de control) entran a jugar parte del proceso.

Area 2. El problema para un grupo diversificado, es que no existen muchas transacciones comerciales entre las empresas que se justifiquen por la marcha de sus negocios. La segunda área del grupo permite esto: las empresas del sector financiero. Estas empresas, por las características de su negocio, pueden transferir sin dificultades efectivo entre las empresas del grupo. Pero adicionalmente pueden ser ellas mismas generadoras de efectivo mediante el recaudo de terceras personas. Esto puede explicar el papel que juegan los fondos de pensiones al interior del grupo. Los activos financieros de los trabajadores son administrados por el grupo, que los utilizará para sus propios fines, sujeto a una restricción de rentabilidad mínima para evitar perder afiliados. El fondo puede comprar acciones y bonos de empresas del grupo como parte de su negocio habitual. La compra de

[5] Aquí es importante notar que, tal como indica la bibliografía de teoría monetaria poskeynesiana y de la escuela del circuito, las deudas crean dinero y su pago lo destruye (Palley 2002, Wray 2007). Por lo tanto las transacciones mencionadas al interior del grupo tienen efectos macroeconómicos, ya que presionarán al aumento en la cantidad de dinero en la fase de auge (cuando predominen las expectativas optimistas). La deflación par deudas, en la medida en que destruye las deudas existentes cuando se reconoce que su recaudo no es viable, tendrá el efecto opuesto y contribuirá a la disminución de la cantidad de dinero.

acciones ayuda al grupo a adquirir el control de empresas nuevas con dinero de terceros (control que de otro modo hubiera debido ser adquirido con el dinero del grupo, por lo tanto esta transacción libera efectivo disponible para el grupo). Un bono en este caso no es otra cosa que un préstamo a las empresas del grupo. Obsérvese que no se necesita siquiera que se compren bonos en el mercado primario, pues la compra de los bonos de la empresa a terceros, de por sí constituye un préstamo indirecto. Cabe anotar que, en el caso de un banco, la facilidad para mover los recursos es mucho mayor, si bien la ventaja de los fondos de pensiones radica en que el grupo tiene un mayor control sobre el efectivo y en que ayuda a mantener la propiedad sin necesidad de aportar recursos propios.

Area 3. Una tercera área tiene que ver con la función de control del grupo. Las empresas de esta área son las que en el argot corporativo se denominan *holding*. Las empresas de esta área tienen la única tarea de ser dueñas de las acciones de otras empresas clave y el resto del control se ejercería piramidalmente. Las empresas de esta área mantendrían un perfil bajo y serían desconocidas del público en general. Su propiedad estaría en los dueños reales del grupo y no se cotizarían en bolsa. En la medida que el papel de un fondo de pensiones esté relacionado con la propiedad y control de las empresas de su portafolio, más que en el manejo de flujos de efectivo, hará parte de esta área.

Area 4. Dentro de las empresas que son destino de los flujos de efectivo cabe distinguir dos áreas. La cuarta área son aquellas empresas que tienen una alta rentabilidad esperada o que son estratégicas para mantener la rentabilidad de otras empresas del grupo a futuro. Un ejemplo de este último tipo son aquellas que garantizan el monopolio de un insumo clave y por lo tanto crearán barreras a la entrada para los competidores de otra firma, como fue el caso en su momento de las fábricas de envase para refrescos en Colombia (Silva Colmenares, 1977: 55). Durante el período inicial, es probable que estas empresas no sean rentables e incluso que no generen ingresos. Tales empresas se encontrarían en una situación Ponzi (Minsky 1974).

Area 5. La siguiente área es la de empresas que no tienen una alta rentabilidad esperada, sino que son destino de los flujos de efectivo por razones estratégicas de orden político. Tal es el caso de medios de comunicación (prensa) o de empresas que de alguna manera puedan influir en la relación del grupo con la clase política y los tomadores de decisiones macroeconómicas. Aquí podrían entrar compañías realizadoras de encuestas o sondeos de opinión pero también las de cabildeo o *lobby*. El punto importante a este respecto es que estas compañías pueden dar pérdidas, ya que su objetivo principal no es generar ganancias por sí mismas sino para el grupo como un todo. La relación de los grupos con el poder político ha sido discutida a menudo en el caso de América Latina, por ejemplo la relación del grupo Monterrey con el PRI y su papel en la creación del PAN (Nuncio 1982, passim) y la relación de los grupos colombianos con el presidente Samper (Rettberg 2001; 2003).

Area 6. La siguiente área la formarían las empresas en las que el grupo se encuentra pero que no tienen alta rentabilidad. Estas empresas pudieron ser rentables en el pasado pero ya no serlo o pueden haber tenido una alta rentabilidad esperada que nunca se concretó. De todos modos estas empresas, si no están dando francas pérdidas, pueden cumplir con una función de diversificación del riesgo del grupo. No obstante, estas empresas serán las primeras en ser objeto de venta o desmantelamiento cuando las necesidades del resto del grupo así lo exijan.

Las áreas mencionadas no necesariamente existen en su totalidad para un grupo concreto en un momento dado. Por ejemplo, el área de holding puede no existir en algunos grupos si la propiedad de las acciones requeridas para mantener el control está distribuida en las demás empresas, como parecería ser el caso del Grupo Empresarial Antioqueño en Colombia o de los keiretsu japoneses. De igual forma, el área de empresas mantenidas por razones políticas no necesariamente existe. En cambio las áreas 1 y 4 siempre se encontrarían. La fuente de efectivo porque de otra manera no existiría el grupo y la de alta rentabilidad esperada porque de otra manera el grupo no estaría diversificado y sería estático. La quinta área (las empresas que ya no son rentables) puede no existir en

un grupo de formación reciente o que hace poco haya salido de ella para financiar sus demás proyectos.

Hay que notar también que no existe necesariamente correspondencia entre el sector en que se encuentra la empresa y el área en la que funciona. Por ejemplo, el Grupo Grancolombiano en Colombia usó a comienzos de la década de 1980 compañías agrícolas para captar dinero cuando la regulación del sistema financiero le impidió hacerlo con los fondos de inversión o los bancos (Donadío, 1984). Aquí cabe mencionar el papel de las innovaciones financieras, que estarán ligadas a esta necesidad. También en Colombia se dio el caso de que los lotes de terreno de una compañía textilera fueran usados como pastizales por las empresas ganaderas del mismo grupo (Raymond, 2008: 227-229).

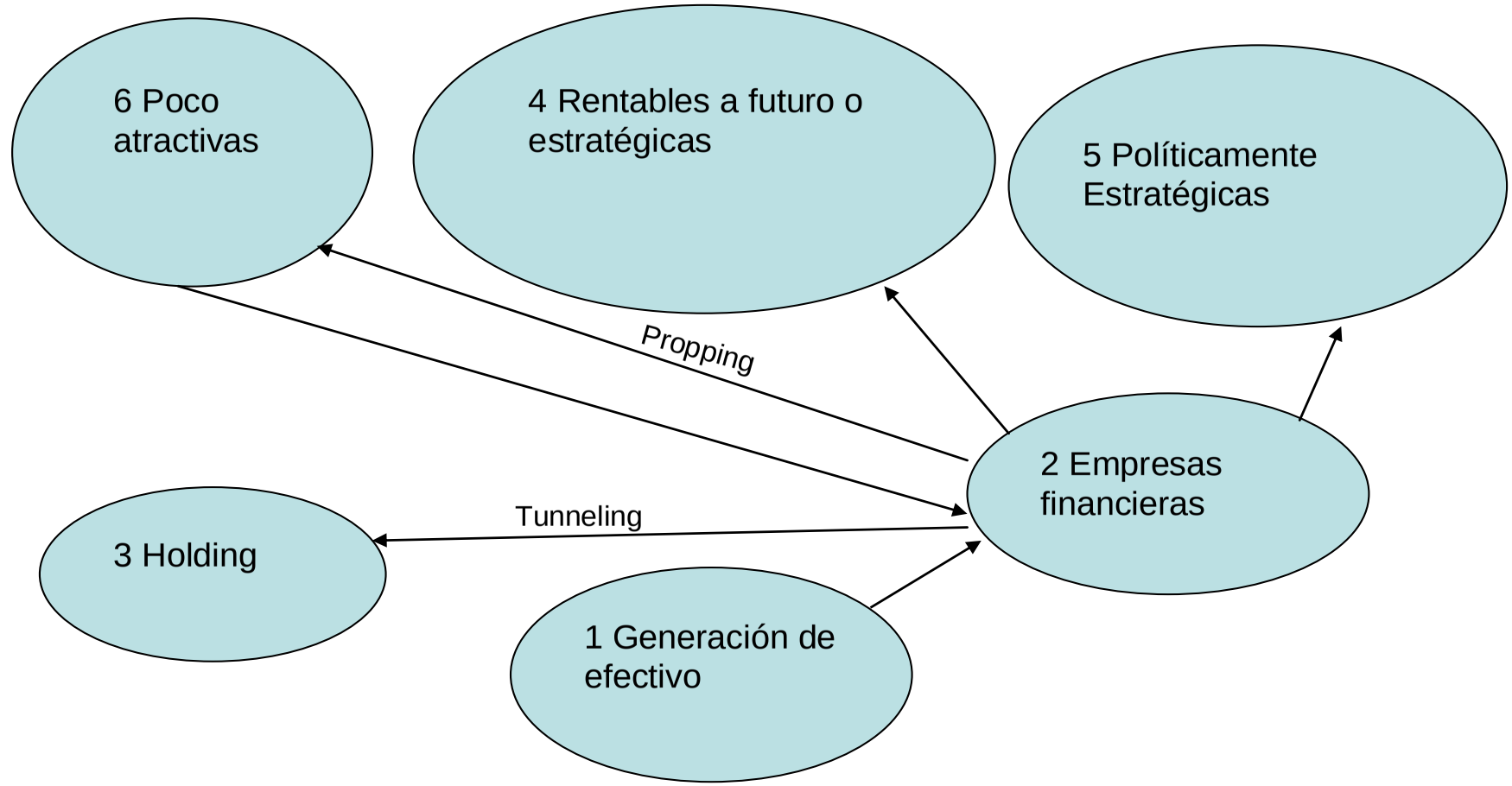
En síntesis, se propone aquí una noción de estructura basada en la función que cumplen las empresas al interior del grupo. Esta estructura contempla seis áreas posibles determinadas por su función con respecto al flujo de efectivo, la rentabilidad esperada y la relación con el poder. Esta estructura permite entender mejor la forma de funcionamiento de algunos fenómenos identificados o discutidos en la literatura sobre grupos.

El fenómeno conocido como tunneling (Johnson et al 2000) se refiere a la transferencia de recursos de las diversas empresas del grupo hacia las del área número 3, la de holding. Esto parece ser más el caso cuando el grupo como un todo se encuentra en situación Ponzi y sus dueños se dedican a poner a buen recaudo lo que puedan con el fin de desaparecer con el botín en el momento en que la burbuja se reviente, que es una situación que solo se daría al final de la vida del grupo. En cambio, la estructura aquí propuesta deja claro que la transferencia de recursos se dará normalmente desde las empresas generadoras de efectivo y las que ya no son rentables (o no tanto como se esperaba) (áreas 1 y 6) hacia las demás.

El fenómeno conocido como propping se refiere a la transferencia de efectivo de las empresas generadoras de efectivo a las empresas que ya no son rentables o nunca lo lograron para evitar su bancarrota. Transferencias del área 1 a la 6 podrían ocurrir en un caso extremo: el de grupos familiares con fuerte identificación de miembros individuales con empresas particulares o intentos desorbitados de formación de imperios (Jensen, 1986; Castañeda Ramos, 1998: 251). En el caso general, sin embargo, las empresas que no son rentables y que serían beneficiarias de esta práctica serían más bien las del área 5, empresas que generan un beneficio político para el grupo que se traduce en beneficios para las demás.

Si bien se sabe que el grado de diversificación de los grupos cambia en el tiempo (García Molina 2010A; 2010B), el tomar en cuenta el papel de las empresas del grupo dentro de las áreas puede permitir identificar factores más allá de la mera diversificación.

Areas del grupo



4 Cómo entender el funcionamiento y evolución del grupo

Grupos en el tiempo

La evolución del grupo estará dada por los cambios en el papel de las empresas a lo largo del tiempo. La evolución puede corresponder a factores internos o externos. Con respecto a los internos, es posible, por ejemplo que inicialmente se invierta en una empresa porque se espera que tenga alta rentabilidad en el futuro. Posteriormente la empresa efectivamente comienza a ser rentable por un tiempo para después dejar de serlo. Después de un período de reestructuración, la empresa se achica y mantiene únicamente funciones de holding. En este ejemplo, la misma empresa pasa por varias áreas a pesar de que su objeto legal es el mismo.

En el caso de los factores externos, basta considerar que el entorno va cambiando. Esto hace que las empresas atractivas estén en sectores distintos a medida que pasa el tiempo. La idea de oportunidades de negocio en distintos sectores (no todas las cuales se convertirán en inversiones efectivas) cambia según la evolución de la economía, las innovaciones, los cambios políticos, etcétera. Por supuesto, existe interrelación entre los factores internos y externos. La clasificación no tiene más importancia que la de ayudar a pensar en los elementos del grupo.

Otro elemento importante para entender al grupo en el tiempo es la posición financiera del mismo. A pesar de que rara vez será observable por personas ajenas a la cúpula directiva del grupo, este es un elemento fundamental, ya que impone restricciones al grupo y puede explicar las diferentes medidas para conseguir efectivo.

Finalmente, es importante notar que, en este esquema, el área 2 (financiera) puede perfectamente surgir de las necesidades del área 1 a medida que el grupo crece. Ello explica situaciones como la del grupo de Monterrey, en donde "el capital industrial genera al capital financiero y no al revés" (Nuncio 1982: 89-90).

Grupos y poder político

Dado el peso económico de los grupos en los países latinoamericanos, es claro que ese peso se traduce también en poder político o vínculos fuertes con quienes detentan ese poder. A su vez el poder político se traduce en beneficios económicos para el grupo en términos de regulación, impuestos, y política económica adecuados a las necesidades del grupo.

Pero entender la dimensión política del grupo supone tomar en cuenta las especificidades de la esfera política en el país que se estudia. En el caso de Colombia, Guillén Martínez (1970: 547) enfatizaba acerca del poder político en este país 1) que la movilidad social ha sido garantizada por un sistema de compadrazgos y lealtades transferido en lo esencial desde la colonia hasta los negocios modernos y urbanos (p. 546); 2) que esta misma estructura es la de los partidos políticos (p. 547); y 3) que las élites sociales en el período posterior a la urbanización e industrialización "se organizaron según el modelo sindical y erigieron su propia capacidad de presión como una forma de acción política directa no electoral frente al Estado" (p. 578) dada la importancia en la sociedad colombiana e hispanoamericana del prestigio sobre la riqueza, la legitimación de la acción económica planificadora.

Desde este punto de vista, es claro que se presenta una continuidad entre las familias y clanes propios de la colonia y el siglo XIX (Moutoukias 2000) y los grupos económicos latinoamericanos de los siglos XX, no porque sean los mismos sino porque desempeñan un papel similar dentro de una cierta estructura de poder. La influencia de los grupos en las decisiones estatales en Colombia y América Latina, en parte vía financiación de campañas ha sido ampliamente documentada (Reyes 2003; Rettberg 2001; 2003).

Formas de competencia

La atención sobre el grupo y su estructura permite vislumbrar tres formas posibles de competencia. La primera es la tradicional competencia en un sector, por ejemplo mediante precios, sin que el grupo se involucre, salvo indirectamente. La segunda sería la competencia multisector, en donde a las acciones de un grupo en un sector, otro grupo contesta con acciones en un sector diferente, tal como se apreció entre los grupos Santodomingo y Ardila en los 90 (Rodríguez y Duque, 2007). La tercera forma de competencia no se daría mediante ataques al otro grupo sino por tratar de entrar primero a sectores atractivos o salir primero de sectores poco atractivos, de la misma forma que se puede dar en empresas diversificadas con respecto a productos (Chandler 1990, 188-190). Obsérvese que las dos primeras formas de competencia son de carácter táctico, mientras que la tercera es de carácter más estratégico o posicional. Muy relacionado con la tercera, está la competencia por la obtención de monopolios, concesiones, licitaciones o regulación favorable.

5 Capital individual-decisiones colectivas

Es importante aclarar la afirmación efectuada anteriormente, según la cual el esquema propuesto entendía al grupo como encarnación del capital individual pero ello no suponía aceptar el individualismo metodológico.

Consideremos el caso de un grupo con 100 empresas en el que 25 personas, con atributos comunes e interacciones sociales frecuentes entre sí, participan cada una en la junta directiva de 5 empresas y cada empresa tiene a 2 miembros del grupo en su junta directiva. Tenemos entonces que el grupo de empresas esta controlado por estas 25 personas. Si bien es posible que exista un individuo con algún liderazgo, el conocimiento de las distintas empresas está distribuido en los individuos, por lo tanto, las ideas acerca de cuáles son los negocios de importancia estratégica o de alta rentabilidad futura se formarán como conocimiento colectivo.

Las 25 personas conforman una élite en el sentido de Figueroa (2008) o una rosca (*clique*) en el sentido de la teoría de redes sociales (Hanneman 2002). Pero esto no quiere decir que necesariamente las decisiones del grupo se tomen todas en reuniones de las 25 personas. Las interacciones sociales frecuentes y el tamaño del grupo permiten que la información fluya mediante interacciones uno a uno y se vayan formando consensos, sin necesidad de que se realicen reuniones formales frecuentes con la presencia de todos los miembros. Es posible incluso que los flujos de efectivo se puedan dar mediante una toma de decisiones distribuida en las mismas líneas. Este punto es importante para la definición de grupo, ya que no requiere que las decisiones estén centralizadas.

Lo anterior no niega que en casos particulares puedan existir grupos en los que un individuo tenga un papel crucial y que el patriarca de un grupo familiar mantenga un control firme sobre los demás miembros, como es el caso en diversos grupos latinoamericanos. Permite, sin embargo ir más allá de la identificación de un grupo con su líder. De otro modo sería difícil entender por ejemplo cómo puede funcionar un keiretsu, en donde los miembros del grupo pueden ser hasta 200, sin que deban reunirse todos permanentemente. La explicación propuesta permite entender así mismo la toma de decisiones en un grupo como el Grupo Empresarial Antioqueño donde, a pesar de la importancia de la figura de Nicanor Restrepo, sus diversos miembros alegan que no se trata de un grupo y que las empresas se manejan de manera independiente. Más aún, esto explica el grupo como una figura distinta de la firma multidivisional, ya que incorpora la independencia (relativa) que da la separación jurídica entre las firmas al interior del grupo.

6 Redes y grupo

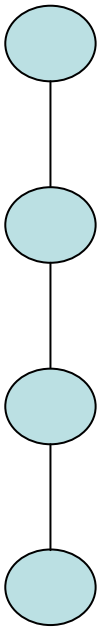
Finalmente, varios de los elementos aquí presentados son más claros si se entiende el grupo en términos de redes.

En primer lugar se encuentra la red social de personas que se repiten en las juntas directivas y que sirven como uno de los indicadores para identificar al grupo. Que estas personas conforman una rosca o *clique* quiere decir simplemente que el grafo correspondiente a esta red es denso. Decir que la toma de decisiones en el grupo no es individual equivale a decir, en este caso, que se trata de un conjunto de decisiones distribuidas en la red social y que tiene un objetivo común gracias a que la red social comparte valoraciones y objetivos económicos.

Pero la red social no basta para tener un grupo. Hace falta también la red de empresas y de vínculos de propiedad que permiten a la red social mantener el control. La identificación de la red de empresas mediante vínculos de propiedad que garantizan el control, es precisamente el otro método de identificación de grupos (aplicado por ejemplo de manera regular por la Superintendencia de Sociedades para el caso colombiano o por la Superintendencia de Valores y Seguros en Chile).

Pero si la red social y la red de propiedad de empresas son suficientes para la identificación de los grupos, la comprensión de la estructura y funcionamiento requiere de otro elemento.

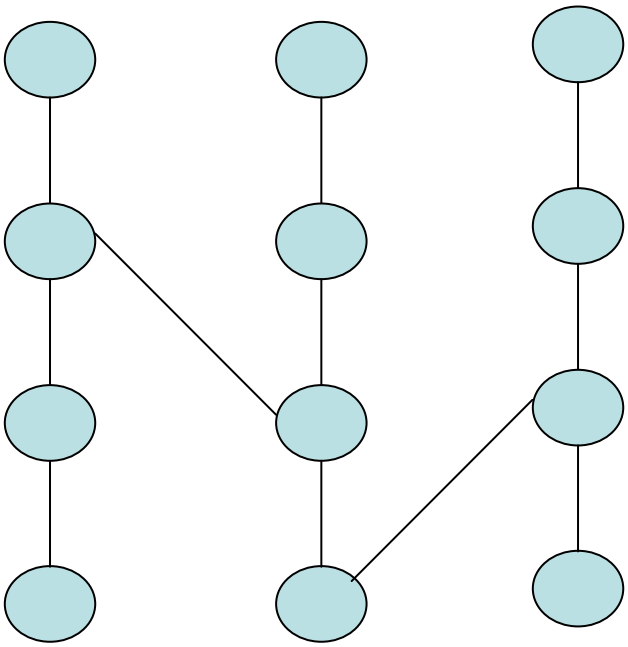
Es posible representar las transacciones comerciales en una red. Una industria verticalmente integrada podría tener la forma representada en la gráfica 1. Obsérvese que si el grupo es verticalmente integrado es posible llegar a cada empresa desde cualquier otra, es decir, es posible dirigir flujos de efectivo por vía comercial de cualquier punto a otro del grupo, tal como se explicó anteriormente.



Gráfica 1

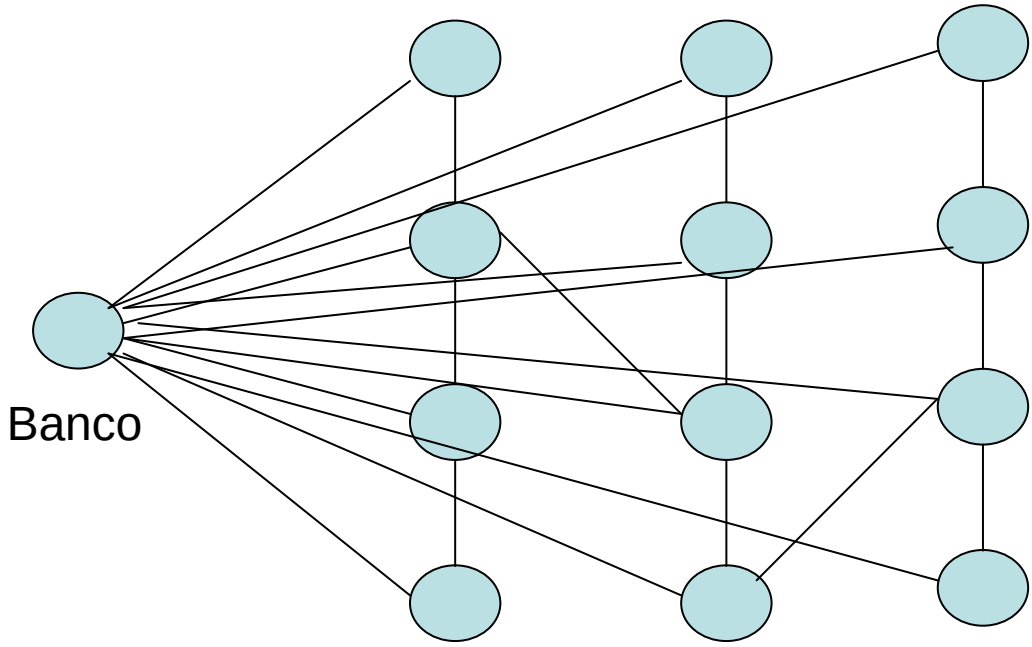
Grupo verticalmente integrado

Pero si el grupo es diversificado, la estructura de las relaciones comerciales puede tomar una forma como la de la gráfica 2 en la que se pueden distinguir tres industrias verticalmente integradas en las que el sector participa. La transferencia de flujos de efectivo entre industria es aquí más difícil, aunque no imposible.



Gráfica 2

Grupo industrial diversificado



Gráfica 3

Grupo diversificado

Un grupo diversificado con sector financiero puede tomar la forma de la gráfica 3. Aquí es mucho más fácil realizar las transferencias de efectivo gracias a la relación que tienen los bancos con las empresas productivas. Es claro entonces que el grupo en donde predomine la integración vertical en un solo sector no tendrá incentivos fuertes para adquirir empresas del sector financiero. Pero una vez el grupo se diversifique, el control de entidades financieras cobrará importancia.

7 Conclusiones

Se ha propuesto aquí un marco para el estudio de un grupo. Este marco propone estudiar la estructura del grupo, a partir de seis áreas posibles según la función que cumplen las empresas en el grupo. Las áreas corresponden a las fuentes de efectivo, firmas financieras que facilitan el flujo de recursos, firmas con la función de preservar el control y parte de la propiedad de las demás, firmas con rentabilidades esperadas altas, firmas con baja rentabilidad pero con importancia debido a razones políticas, y firmas con baja rentabilidad.

El comportamiento del grupo se refiere a la variación en el tiempo de esa estructura con el fin de aprovechar nuevas oportunidades, salir de negocios de poco interés, etcétera.

Finalmente, se mostró que la toma de decisiones del grupo no necesariamente se realiza por parte de un individuo y por tanto se requiere de un marco más amplio que el individualismo metodológico. Se propone en cambio estudiar cómo se distribuyen la información y las decisiones en la red social que controla al grupo.

V BIBLIOGRAFIA

Bain, Joe S (1968) *Industrial Organization*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Becht, Marco; DeLong, J Bradford (2005) "Why has there been so little block holding in America?", en Morck (2005), pp. 613-660.

Castañeda Ramos, Gonzalo (1998) *La empresa mexicana y su gobierno corporativo; antecedents y desafíos para el siglo XXI*. Puebla: Universidad de las Américas-Puebla y Alter Ego.

Chandler, Alfred D (1990) *Scale and Scope: The Dynamics of Industrial Capitalism*. Cambridge, London, The Belknap Press of Harvard University Press.

Garcia Molina, Mario (2010 A) Crisis and Diversification of Entrepreneur Groups at the End of the Nineties. Documento FCD No. EE-17. Available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=1689039

Garcia Molina, Mario (2010 B) ¿Disminuyó la diversificación de los grupos empresariales colombanos después de la apertura? Documento FCD No. EE-19. Available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=1705474

Guillén Martínez, Fernando (1979) *El poder político en Colombia*. Bogotá, Punta de Lanza.

Hanneman, Robert A (2002) "Grupos y subestructuras", cap 7 de Introducción a los métodos de análisis de redes sociales. Disponible en http://revista-redes.rediris.es/webredes/textos/cap7.pdf Consultado agosto de 2008.

Hilferding, Rudolph (1910) *El capital financiero*. Madrid, Tecnos, 1985.

Jensen, Michael (1986) "Agency costs of free cash flow, corporate finance and takeovers", *American Economic Review*, 76: 323-329.

Johnson, Simon; La Porta, Rafael; Lopez de Silanes, Florencio; Shleifer, Andrei (2000) "Tunneling", *NBER working paper* 7523.

Katz, Jorge; Kosakoff, Bernardo (1989) El proceso de industrialización en la Argentina: evolución, retroceso y prospectiva. Buenos Aires, CEPAL.

Minsky, Hyman (1974) *Las razones de Keynes*. México, Fondo de Cultura Económica.

Misas, Gabriel (2002) *La ruptura de los 90; Del gradualismo al colapso*. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia.

Morck, Randall K (2005) (ed) *A history of corporate governance around the world; family business groups to professional managers*. Chicago, London. The University of Chicago Press.

--; Steier, Lloyd (2005) "The global history of corporate governance: an introduction", en Morck (2005), pp. 1-64.

Moutoukias, Zacarías (2000) "Familia patriarcal o redes sociales: Balance de una imagen de la estratificación social", *Anuario IEHS*, 15: 133-151.

Nuncio, Abraham (1982) *El grupo Monterrey*. México, Nueva Imagen.

Palley, Thomas (2002) "Endogenous Money: what is it and why it matters", *Metroeconomica*, 53: 152-180.

Parra Restrepo, Bernardo (2004) *Los negocios de mingo. Efectos de la apertura y la globalización en los grupos Bavaria y Valores Bavaria*. Universidad Nacional de Colombia.

Pegoretti, Giovanni (1983) *Capitale finanziario, profitto, interesse*. Milán, Franco Angeli Editore.

Raymond, Pierre (2008) *Mucha tela que cortar*. Bogotá, Planeta.

Rettberg, Angélica (2001) "The political preferences of diversified business groups: lessons from Colombia (1994-1998)", *Business and politics*, 3(1): 47-63.

Rettberg, Angélica (2003) *Cacaos y tigres de papel. El gobierno de Samper y los empresarios colombianos*. Bogotá: Uniandes, CESO.

Reyes Copello, Gerardo (2003) *Don Julio Mario; biografía no autorizada del hombre más poderoso de Colombia*. Bogotá, Ediciones B.

Rodríguez, Carlos; Duque, Edison Jair (2007) "Seguimiento a la dinámica competitiva de dos grupos económicos colombianos", *Innovar*, 17(29): 137-154.

Serfatti, Claude (1996) "El papel activo de los grupos predominantemente industriales en la financiarización de la economía", en François Chesnais (Comp) La mundialización financiera; génesis, costo y desafíos. Buenos Aires Losada, 1999, pp. 165-206.
Villalobos, Fabio (1987) *La industrialización ecuatoriana 1976-1983*. Quito, FLACSO.
Wray, Randall (2007) "Endogenous money: structuralist and horizontalist", Levy Economics Institute Working Paper No. 512.
Yamamura, Kozo (1964) "Zaibatsu, prewar and zaibatsu, postwar", *Journal of Asian Studies*, 23(4): 539-554.