

# **Redes y poder económico: un análisis de la estructura de relaciones en la cúpula empresarial de Argentina.**

Diego Paredes.

Cita:

Diego Paredes (2013). *Redes y poder económico: un análisis de la estructura de relaciones en la cúpula empresarial de Argentina*. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-038/653>

## **X Jornadas de sociología de la UBA.**

**20 años de pensar y repensar la sociología. Nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI 1 a 6 de Julio de 2013.** MESA TEMÁTICA NRO. 70: SOCIOLOGÍA DE LAS ELITES. EJE 4. PODER Y RIQUEZA. REPRODUCCIÓN, MOVILIDAD Y PRINCIPIOS DE DISTINCIÓN DE LAS ELITES SOCIALES.

**Título:** Redes y poder económico: un análisis de la estructura de relaciones en la cúpula empresarial de Argentina.

**Autor:** Paredes, Diego IIGG, UBA

### **Introducción**

La presente ponencia forma parte de una tesis que estudia actualmente un aspecto de una dimensión de la concentración del poder económico entre las grandes empresas (sector corporativo) de la Argentina. Las firmas que pertenecen a este sector controlan y concentran los principales recursos del sistema económico nacional. A su vez dicha tesis se enmarca dentro de un proyecto en el cual se estudia la estructura de clase y la composición y comportamiento de las clases sociales en nuestro país. En ese encuadre teórico asumimos que “si las clases sociales se definen por las relaciones sociales de producción podemos afirmar con alto grado de certeza que en la sociedad actual el locus del poder económico está en las corporaciones económicas” (Sautu, 2011: 85).

Nuestro estudio se centra en las relaciones sociales y económicas que se generan entre estas corporaciones cuando las personas que componen sus directorios trabajan en más de una firma a la vez. Estos directores (involucrados en los procesos de toma de decisiones), conforman una fracción específica de la clase alta. Estudiar los vínculos dentro de este sector nos dará pistas, desde una perspectiva sociológica, acerca de cómo se reproduce el poder económico.

En función del objetivo de investigación se emplea el método de los directorios cruzados. Esta estrategia posee una perspectiva teórico-metodológica que se encuadra dentro de la teoría de las redes sociales. A partir de este método se asume que cuando un director trabaja en los directorios de dos o más empresas, genera vínculos entre las mismas.

La existencia de interconexiones entre las firmas se puede interpretar tanto en términos organizacionales como de clase social. A partir de las empresas podemos entender los vínculos en el marco del funcionamiento del sistema económico y el intercambio de recursos entre las firmas, teniendo en cuenta, por ejemplo, el sector, la actividad económica y el origen de sus capitales. Por otro lado, entendiendo que dichos vínculos se generan a través de los directores, a partir de estas relaciones conocemos la dimensión social del fenómeno, considerando que estas personas conforman un círculo reducido y muy probablemente cohesionado. En nuestro argumento ambas dimensiones se entremezclan y se cruzan.

El análisis de redes sociales (ARS) aplicado a las estructuras de relaciones entre empresas nos permitirá conocer, i) el grado de cohesión en la cúpula empresarial y ii) la composición de la estructura de empresas en función de las subestructuras que se encuentran en su interior, así como también las características que presentan las empresas que las componen.

Asimismo las interconexiones entre las empresas son estudiadas en este trabajo a la luz de los cambios económicos, políticos y sociales suscitados en la cúpula empresarial en las últimas décadas en nuestro país. Entre ellos podemos mencionar los procesos de extranjerización y privatizaciones, los cuales han impactado fuertemente sobre la composición de la cúpula.

La base de datos se encuentra compuesta por una muestra de 131 firmas en la que se incluyen empresas de bienes y servicios, bancos y asociaciones empresariales y bancarias. Esto nos permitió analizar las redes empresariales a la luz del sector económico, actividad principal y origen del capital de cada empresa.

### **Tipos de estudio sobre la cúpula empresarial**

El análisis de las grandes empresas y el poder económico puede ser abordado desde varias perspectivas. Muchos estudios se apoyan en indicadores de carácter económico, centrándose en los procesos de concentración de los recursos del sistema productivo.

Estudios de este tipo han señalado la consolidación de una cúpula empresarial en la Argentina actual a partir de un proceso de concentración económica que lleva poco más de treinta años (Basualdo y Arceo, 2006; Lozano, Rameri y Raffo 2007; Basualdo, Arceo, González y Mendizábal, 2009). Dicha concentración se da bajo un nuevo modelo internacional de liberalización financiera (que en nuestro país se registró en el plano legal a partir de la reforma financiera de 1977) (Schvarzer, 1998; Basualdo, 2006; Girón 2009; Cibils y Allami, 2010), y un mercado internacional que se rige bajo un nuevo esquema tecno-productivo (el cual, sumado a la apertura local hacia los mercados externos, afectó significativamente al sistema productivo nacional) (Kosakof y Bezchinsky, 1993; Katz, 2000, Azpiazu y Schorr, 2011). Asimismo a partir de la década del 90´ se registran otros factores que impactan sobre la conformación de la cúpula empresarial, por un lado el proceso de extranjerización (Azpiazu, 2002; Kulfas, Porta y Ramos, 2002; Burachik, 2008; Basualdo, Arceo, González y Mendizábal, 2009) y por el otro las privatizaciones de las empresas públicas (Kulfas, Porta y Ramos, 2002).

Nuestro trabajo parte de estas consideraciones para el análisis del mundo corporativo en la Argentina actual, pero su esquema teórico y metodológico se ancla en una perspectiva de orden sociológico. A partir de allí se plantean las preguntas y se enfocan los objetivos de investigación.

El análisis de la composición de una sociedad en términos de clases sociales nos posiciona dentro de un campo teórico específico. Este esquema nos permite observar cómo las desigualdades plasmadas en la estructura se dan en función de distintas lógicas o estrategias de reproducción, las cuales son empleadas por los sectores más favorecidos con el propósito de conservar/proteger sus privilegios en la repartición de los recursos. Por lo tanto entendemos que un análisis de corte sociológico se acopla a los hallazgos y aportes de aquellos estudios que abordan el análisis de la cúpula a partir de indicadores económicos.

Asimismo creemos que las empresas (así como la economía en su conjunto) se encuentran “incrustadas” en una estructura de relaciones sociales (Granovetter, 1985) y que su importancia radica en interpretar a estas relaciones como un espacio de poder. En este marco la consideración acerca

de las relaciones sociales como un factor fundamental dentro del proceso de reproducción del poder económico en el mundo corporativo adquiere gran relevancia.

En esta línea, Wellman y Berkowitz (1988) sostienen que el sistema social posee una naturaleza estructural y que las relaciones son las unidades base de toda estructura social. Para comprender al mundo social es preciso “prestar atención a los patrones relacionales entre las unidades que componen a las estructuras” (15-16). Por lo tanto una mirada relacional al mundo social nos permite dar un tratamiento sociológico a los fenómenos.

Una manera de observar estas relaciones es a través del análisis de redes sociales (ARS). El concepto de red social se define como un “conjunto de puntos (actores sociales) vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades” (Requena Santos, 1989).

Tal como lo hemos señalado, el estudio de las grandes empresas es abordado en este trabajo a partir del método de los directorios cruzados, este se encuadra dentro del ARS, por lo tanto nos permite entender al mundo corporativo como un espacio relacional. Asumimos que cuando un director forma parte de más de una empresa genera vínculos entre las mismas, denominamos “directorios cruzados” al conjunto de estas relaciones. Cuando los directores de las empresas se entrecruzan ensamblan, a través de sus relaciones sociales, una estructura red. Esta estructura posee una morfología propia, “cuyas cualidades, como la posibilidad de cuantificar las relaciones y su consiguiente tratamiento matemático, evidencian importantes aplicaciones para el análisis e interpretación de las conductas sociales” (Requena Santos, 1989: 1).

El análisis de directorios cruzados centra su objeto de estudio en las relaciones que se dan entre: los directores, las empresas y las actividades económicas. Realizando un análisis de “los patrones de las interconexiones entre directorios evaluamos la estructura de las relaciones entre las [corporaciones y] conocemos el grado de formación de intereses dentro de la comunidad de negocios” (Mintz y Schwartz; 1981: 851). De esta manera, entendemos que dichas interconexiones económicas y sociales, representan estrategias que sirven a varios propósitos, entre ellos la reproducción del poder económico y de la estructura de clases.

Los estudios de redes sociales pueden ser abordados tanto desde un nivel de análisis estructural como desde una perspectiva de tipo individual (Hanneman y Riddle, 2005). A partir del enfoque del interaccionismo estructural (Degenne & Forsé, 2007) entendemos que existe una relación específica entre estas dos dimensiones. Por un lado los comportamientos de las firmas se interpretan a partir de las limitaciones y oportunidades que la estructura de relaciones impone a las acciones, mientras que las acciones individuales ejercen un cierto efecto sobre la composición de la estructura. Por lo tanto la estructura de red “como forma colectiva toma (...) bien el estatus de variable independiente que explica las estrategias de los actores o de los efectos colectivos, bien el estatus de variable dependiente, explicada por los motivos y principios que conducen a los actores a crear, mantener y suprimir relaciones” (de Federico, 2010: 54).

El foco de este estudio se encuentra puesto sobre la dimensión estructural. Por lo tanto llevamos a cabo un análisis de los aspectos que definen las características que asume la estructura de relaciones entre las empresas. Al analizar las estructuras como un todo es posible conocer cuáles serán los

factores determinantes para entender las oportunidades y limitaciones que se impondrán a cada uno de los actores, estos aspectos pueden conocerse determinando hasta qué punto una red se encuentra integrada en función de las conexiones que presenta. Hanneman y Riddle (2005) sostienen que aquellas estructuras sociales o poblaciones que se encuentran mejor conectadas tendrán mayores chances para movilizar sus recursos así como poder solucionar los problemas desde múltiples y diversas perspectivas. En el caso específico de la cúpula empresarial podemos inferir que tanto la conectividad de la estructura relacional, identificada a partir del nivel de superposición de los directivos, como su composición, entendida en función de la existencia de sub-estructuras en su interior, serán indicadores de su potencia y probabilidad de reproducción del poder económico.

En función de los ejes delimitados, en este trabajo identificamos algunas de las empresas más importantes del país así como también la composición de sus directorios. A partir de dicho sector, el cual entendemos representa una fracción de la clase alta, estudiamos las interconexiones entre las firmas. Si bien estos vínculos pueden ser entendidos como el resultado de varios factores concomitantes (intercambio económico – productivo y financiero – entre las firmas, control o cooptación, entre otros) nuestra interpretación sostiene que en última instancia representan uno de los mecanismos que hacen posible la reproducción del poder económico dentro de la cúpula empresarial.

Llevamos a cabo un análisis de la estructura relacional del mundo corporativo, con el objetivo de delimitar la magnitud del comportamiento relacional de las empresas, ¿Cuán cohesionada se encuentra la elite empresaria en Argentina?, en otras palabras, ¿se interconectan las grandes empresas entre sí a partir de sus directorios?, ¿Hasta qué punto lo hacen?

Primero indagamos el porcentaje de empresas de la muestra que posee interconexiones con, al menos, otra entidad, para luego continuar con el análisis de la estructura. El análisis de la red como un todo consistirá en el estudio de dos factores, por un lado la conectividad y por el otro la composición de la estructura. Estos elementos representan características que permiten dar cuenta de ciertos aspectos del comportamiento relacional del sector corporativo en su conjunto. La conectividad se pregunta por el alcance de la cohesión entre las empresas, es decir, hasta qué punto estas conforman una comunidad corporativa integrada e interconectada, mientras que la composición refiere a las subestructuras que existen dentro de la estructura mayor, ergo, nos muestra cómo dicha estructura se encuentra ensamblada.

Para conocer la conectividad llevamos a cabo un análisis de la densidad de la red y la distancia entre los actores que la componen. Por un lado la densidad nos dice cuál es la proporción de vínculos que se encuentran presentes en la estructura teniendo en cuenta el total de conexiones posibles, por el otro el segundo indicador nos informa, en función de la distancia que existe entre las empresas, la posibilidad de que exista contacto entre las mismas.

Luego, el estudio de la composición según la localización de subestructuras será abordado a partir de un análisis de cliques. Se trata de subconjuntos de empresas (con un número mínimo de tres integrantes) que presentan todas las conexiones posibles entre sí, estos pueden pensarse como sectores cohesivos dentro de la estructura mayor y por ende muy probablemente agrupaciones de interés. ¿Cuál es el número de cliques que componen la estructura?, ¿Cuál es el número de integrantes de estos cliques?, ¿Cuáles son las características de

las empresas que se agrupan en los cliques?, son algunos de los interrogantes que planteamos en esta sección del estudio.

### **Metodología**

El método de los directorios cruzados consiste en estudiar los vínculos que se generan entre las empresas cuando estas comparten directores. Este se encuadra dentro del análisis de redes sociales (ARS) el cual otorga un tratamiento cuantitativo a las relaciones.

El tipo de dato con el que trabajamos se procesa a partir de matrices reticulares, las cuales no se centran en los atributos de las distintas unidades (directores y empresas) sino en las relaciones que se establecen entre las mismas<sup>1</sup>. A partir de estas matrices podemos obtener socio-gramas, es decir, figuras que representan de manera gráfica las estructuras relacionales así como también aplicar una serie de indicadores que nos permiten conocer diferentes aspectos de las relaciones.

Tal como hemos adelantado, el análisis de red propuesto en este trabajo se centra en la dimensión estructural de las redes sociales. Esta requiere indicadores específicos para su estudio, a continuación presentamos los indicadores que hemos seleccionado para llevar a cabo el análisis.

**La densidad** es un cálculo fundamental en el estudio de la estructura como un todo, representa uno de los indicadores más utilizados para el análisis de la cohesividad de una red, ya que es entendido como una medida global de la estructura de interacciones (Granovetter, 1985). Según Requena Santos (1989: 142) “la densidad de una red variará en función al número de vínculos que exista dentro de ella, (...) una red donde todos los actores están vinculados con todos los demás (...) tiene densidad máxima”. Por lo tanto la densidad es la proporción de lazos existentes con respecto al máximo posible (Degenne & Forsé, 2007; Hanneman y Riddle, 2005). A continuación, en el cuadro nro. 1, podemos observar la fórmula empleada para calcular la densidad (Scott, 2000: 75). Donde *LP* representa al número de lazos presentes y *n* al número de nodos (en este caso empresas) que componen la estructura.

**Cuadro nro. 1: Cálculo de la densidad de una estructura relacional:**

$$D = \frac{LP}{n(n-1)/2}$$

El carácter proporcional del valor que asume la densidad nos posibilita asumir que una estructura tenderá a ser más densa a medida que se acerque al valor máximo, el cual se encontraría representado por la proporción 1.0 o el 100% de dichas relaciones.

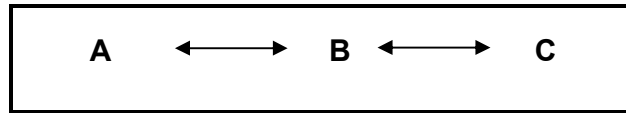
Por otro lado, el concepto de **distancia geodésica** entre los actores es otro de los indicadores que empleamos para estudiar la estructura de relaciones. No solo considera las interconexiones directas entre los actores como en el caso de la densidad, sino también las conexiones de tipo indirectas. A partir de la

---

<sup>1</sup> Esto no significa que en estos estudios los atributos de las unidades, es decir las variables, no se tengan en cuenta, sino que estas asumen un papel secundario dentro del análisis.

información presentada en el cuadro nro. 2 es posible asumir que existen dos relaciones directas, la primera entre A-B y la segunda entre B-C. Por otro lado observamos la existencia de una tercera relación, en este caso de tipo indirecta, de esta manera entendemos que existe un camino que conecta los puntos A y C, donde B asume el rol de puente de conexión o intermediario.

**Cuadro nro. 2: relaciones directas e indirectas.**



La distancia geodésica calcula el número de relaciones en el camino más corto posible entre un actor y otro. Es decir que la distancia geodésica promedio representa al promedio de los caminos más cortos entre pares de nodos alcanzables (Borgatti, Everett, y Freeman, 2002). Por lo tanto el camino geodésico es siempre la conexión óptima o la más eficiente entre dos actores. El algoritmo utilizado para medirla asume que un actor siempre va a utilizar el camino geodésico cuando posea alternativas (Hanneman y Riddle, 2005).

Además de la distancia promedio general, la medida calcula para cada par de actores alcanzables, el número de nodos en el camino más corto entre ellos. La distribución de estas distancias se presenta en una tabla la cual nos permite observar la proporción de pares para cada una de las distancias registradas.

El último indicador que utilizamos para el análisis estructural es el **clique**. Este representa una sub-estructura que se define como un set de nodos donde cada elemento se encuentra conectado entre sí (Hanneman y Riddle, 2005). Esta propiedad le otorga a los cliques una densidad total, es decir un 100% de interconexión entre sus miembros. Por lo tanto al ubicar dónde se alojan los cliques dentro de una estructura mayor logramos conocer dónde se encuentran los puntos más conectados de la red. Estas sub-estructuras poseen un número mínimo de 3 integrantes (Molina, 2001).

El software (UCINET 6) nos proporciona información acerca de cuatro aspectos centrales de los cliques que eventualmente se encuentren presentes en la red: i) número, ii) tamaño, iii) vínculos entre ellos y por ultimo iv) la intensidad que presentan estos vínculos. El primero alude al número exacto de cliques o sub-agrupaciones que existen al interior de la estructura mayor; el tamaño se encuentra representado por el número de firmas que cada cliques posee; los vínculos se dan a partir de la superposición de las empresas en dos o más cliques, mientras que la intensidad de los vínculos se mide a partir del número de empresas que los mismos comparten.

### **Selección de la muestra**

El presente estudio se llevó a cabo a partir de una muestra de 131 empresas de bienes y servicios, que en su mayoría fueron seleccionadas según un ranking de ventas elaborado por la revista Mercado (2011). Este ranking presenta a las 1000 empresas que más venden en nuestro país<sup>2</sup>, nuestro

<sup>2</sup> La mayor parte de los estudios sobre directorios cruzados en Estados Unidos se encuentran elaborados en base a la revista Fortune (<http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune500/2009/states/CA.html>) la cual emite un ranking anual con las empresas que más venden, en el caso local contamos con la revista Mercado.

criterio de corte fue centrarnos en las primeras 200 firmas. Según Lozano, Rameri y Raffo (2007: 4) el “grupo de empresas que conforman el ranking de las 200 empresas de mayor facturación (...) son a no dudarlo núcleo central del Poder Económico vigente”.

Asimismo, los bancos representan entidades sumamente relevantes dentro de los estudios sobre directorios cruzados. Primero podríamos mencionar que esta relevancia se debe no solo al papel que juega el capital financiero dentro del sistema económico, sino que además este hecho cobra aun mayor relevancia en la actualidad a la luz del proceso de financiarización de la economía (Schvarzer, 1998; Basualdo, 2006; Girón 2009; Cibils y Allami, 2010). Asimismo, algunos estudios sobre directorios cruzados colocan a estas firmas entre las entidades con mayor importancia dentro de las estructuras empresariales (Mintz y Schwartz: 1985).

Sin embargo es preciso remarcar que debido que los bancos e instituciones financieras no venden sino que prestan servicios y obtienen sus ganancias en intereses e inversiones (Carroll y Fenenma, 2004), aquellas entidades de este tipo que no se encontraban incluidas en el ranking de ventas fueron seleccionadas a partir de su pertenencia a las siguientes asociaciones bancarias: Asociación de Bancos Argentinos (ADEBA), Asociación de Bancos Públicos y Privados (ABAPPRA), Asociación de Bancos de la Argentina (ABA) y Asociación de la Banca Especializada (ABE). Así mismo los directorios de estas entidades junto con los directorios de la Asociación Empresaria Argentina (AEA), Cámara de Sociedades Anónimas (CSA), Unión Industrial Argentina (UIA) y la Cámara Argentina de la Construcción (CAC) también forman parte de la base de datos. Si bien las asociaciones son consideradas como entidades de segundo orden con respecto a las empresas de bienes y servicios la relevancia de incluirlas en el estudio reside en la importancia de dichas entidades para comprender la acción conjunta y estratégica del sector empresarial (Dossi, 2010).

La información sobre los directorios no es proporcionada por los rankings de ventas. En nuestra experiencia personal en el estudio de los directorios cruzados en Argentina esto representa uno de los principales obstáculos debido a la escasez de fuentes para adquirir este tipo de información. Sin embargo, aunque limitadas, logramos acceder a algunas fuentes, entre las cuales se encuentran las páginas oficiales de las empresas en Internet<sup>3</sup>; la pagina de la Comisión Nacional de Valores (<http://www.cnv.gob.ar>), la pagina del Banco Central de la Republica Argentina (<http://www.bcra.gov.ar>), así como también una página de Internet perteneciente a la Bolsa de Comercio de Buenos Aires la cual resultó de gran utilidad en nuestro trabajo ([www.bolsar.com.ar](http://www.bolsar.com.ar)).

De la muestra tomada a partir de las primeras 200 empresas del ranking de Mercado logramos relevar los directorios de 59 empresas. Este tipo de información, para el caso de las empresas asociadas a la Comisión Nacional de Valores debería encontrarse disponible en la página Web de dicha entidad, sin embargo en la mayoría de los casos se encontraba ausente.

Lo directorios tanto de las 8 asociaciones empresarias (bancarias y no financieras) se encontraban publicados respectivamente en sus páginas oficiales de Internet.

---

<sup>3</sup> La mayoría de las empresas no publican esa información en sus páginas Web.



En el caso de los 64 bancos la información sobre sus directorios se encontraba disponible en la página oficial de internet del Banco Central de la Republica Argentina.

**Cuadro nro. 3: Criterios de selección y número de entidades**

Criterio de selección	Número de entidades
Cúpula de las 200 que más venden: Mercado	59
Sistema financiero: datos del Banco Central	64
Asociaciones bancarias y empresariales	8
<b>Total</b>	<b>131</b>

Fuente: elaboración propia.

### Interconexiones y estructura relacional

A partir de los resultados obtenidos al cruzar los directorios de las empresas logramos observar que la mayoría de las firmas se interconectan por medio de sus directores. El cuadro nro. 4 nos señala que el 82,4% de las empresas (108 de un total de 131 entidades) se interconectan con al menos otra entidad, mientras que las 23 firmas restantes (el 17,6 %) no registran conexiones (al menos a través de sus directorios). Al respecto, Domhoff (2005) señala que:

...el 15-20% de los directores de las corporaciones que se sientan en dos o más directorios de empresas, los cuales son llamados el "círculo interno" de la dirección corporativa, unifican al 80-90% de las mayores empresas (...) en una bien-integrada "comunidad corporativa".

**Cuadro nro. 4.: Interconexión en empresas, Arg. 2011.**

Interconexión	Empresas	
	<i>f</i>	%
No	23	17,6
Si	108	82,4
<b>Total</b>	<b>131</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia.

Esta alta interconexión entre las firmas, o *inclusividad* tal como se denomina en el análisis de redes sociales, nos permite interpretar a la cúpula empresarial como una estructura de relaciones. Bajo el supuesto de la incrustación (*embeddedness*) podemos afirmar que las corporaciones no representan entidades aisladas y completamente autónomas (Granovetter, 1985). Es decir, a partir de los directorios cruzados inferimos que en alta probabilidad estas corporaciones conforman un espacio de intereses compartidos, los cuales potencialmente pueden dar lugar a acuerdos entre las mismas.

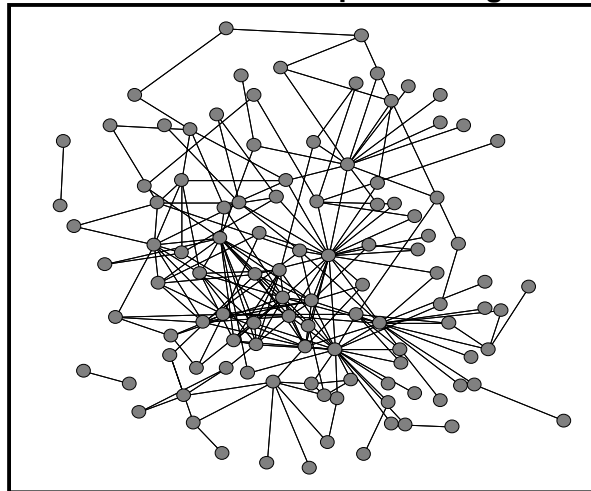
A continuación analizamos la estructura relacional con el fin de determinar al alcance de esta tendencia cohesiva.

### Conectividad

En el gráfico nro. 1 que exponemos a continuación, podemos observar la estructura de relaciones completa. Los nodos grises representan a cada una

de las empresas de nuestra muestra que tienen vínculos con al menos otra entidad, mientras que las líneas simbolizan dichos vínculos.

**Gráfico nro. 1: Visualización de la estructura de relaciones entre empresas. Arg. 2011.**



Fuente: elaboración propia.

Esta figura o socio-grama nos enseña el panorama completo de la estructura relacional entre las empresas, allí observamos que la misma se compone de 108 nodos. Este número representa el tamaño de la estructura. Recordemos que la muestra de empresas seleccionadas en este estudio posee un total de 131 firmas, por lo tanto las empresas que observamos en la figura son las que poseen directorios cruzados, es decir el 82,4% de ese total.

Por otro lado, el socio-grama rápidamente nos permite identificar los componentes principales de la estructura. Estos representan aquellos conjuntos de actores entre los cuales existe al menos un camino (path) que los conecta (Borgatti, Everett y Freeman, 2002). En este caso vemos que la gran mayoría de las empresas pertenece al componente principal de la estructura, el cual aglomera 104 firmas, mientras que solo cuatro empresas se encuentran por fuera del mismo. Estas últimas pueden observarse a la izquierda de la figura, las mismas conforman dos componentes pequeños de dos empresas cada uno. En la segunda parte de este trabajo continuaremos analizando la composición de la estructura con mayor profundidad, sin embargo dicho análisis será llevado a cabo a partir del estudio de un tipo determinado de componente, el cual se denomina clique. La particularidad de este tipo de componente es que todos los actores que lo conforman se encuentran directamente vinculados entre sí.

A continuación, el análisis de redes a partir del estudio de la densidad y la distancia geodésica de la estructura de relaciones nos permitirá conocer el alcance de la tendencia hacia la interconexión que presentan las firmas. Estas características nos describen de qué manera se encuentran conectados los actores en una población, lo cual "puede ser un indicador clave de la "cohesión", "solidaridad", "densidad moral" y la "complejidad" de la organización social de una población" (Hanneman y Riddle, 2005: 94-95).

### **¿Tendencia cohesiva?: Densidad y distancia**

En el cuadro nro. 5 señalamos los valores arrojados por la estructura de red para las dos medidas analizadas en esta sección, la densidad y la distancia

geodésica (en este caso la distancia promedio). Por un lado podemos afirmar que las relaciones existentes entre las empresas de la muestra arrojan una densidad de .039, es decir, del 100% de relaciones o lazos posibles estas empresas apenas presentan un poco menos del 4% de interconexión. Por otro lado la distancia geodésica promedio nos arroja un valor de 3.252, es decir la distancia mínima promedio entre todos los componentes de la red, en este sentido podemos afirmar que los actores deben atravesar en promedio un poco más de tres nodos para alcanzar cualquier punto de la estructura.

Considerando primero la densidad podríamos afirmar que el valor arrojado no parecería indicar un grado considerable de interconexión entre las empresas. Sin embargo debemos reflexionar sobre algunas cuestiones antes de interpretar el significado de este valor. Scott (2000: 77) sostiene que “existen muy buenas razones para creer que el número máximo de líneas alcanzable en cualquier grafo puede estar muy por debajo del número máximo teórico”. Asimismo menciona que uno de los factores que afectan el valor de la densidad es el tamaño de la estructura, determinado por el número de agentes que la componen. Por lo tanto, “los grafos más grandes (...) tendrán menor densidad que los pequeños”.

**Cuadro nro. 5: medidas estructurales de la red de empresas. Argentina, 2011.**

Medidas	Valores
Densidad	.039
Distancia geodésica promedio	3.252

Fuente: elaboración propia.

En este sentido Mayhew y Levinger (1976), citados por Scott (2000), proponen un modelo explicativo basado en la teoría de la elección racional el cual sostiene que los agentes operan bajo restricciones de tiempo, es decir, existen límites en la cantidad de tiempo que los actores sociales pueden invertir en el sostenimiento de sus relaciones. Estas restricciones de tiempo se incrementarían a medida que también lo haga el tamaño de la estructura. Por lo tanto la idea central de este argumento sostiene que invertir tiempo en conocer al mayor número de miembros de una estructura determinada se vuelve cada vez más costoso a medida que el tamaño de dicha estructura se incrementa. Esto afecta al número de contactos de los agentes que componen la estructura afectando así el valor de la densidad de la misma como un todo. Por lo tanto según estos autores el valor máximo para la densidad que puede ser encontrado en cualquier grafo es de 0.5, es decir de un 50%.

Sin embargo en el caso de este trabajo no analizamos redes entre personas (aunque estas representan a los agentes que las hacen posibles) sino entre corporaciones, es decir organizaciones. Por lo tanto es preciso interpretar nuestros datos a la luz de otros estudios sobre directorios cruzados en los cuales se adopte una perspectiva inter-organizacional, es decir, centrada en las firmas. En este sentido, Au, Peng y Wang (2000) llevaron a cabo un estudio sobre directorios cruzados en el cual comparan, entre otros aspectos, la densidad de las estructuras de directorios cruzados de Hong Kong, Gran Bretaña y Estados Unidos. La muestra de empresas para el caso de Hong Kong fue elaborada por los autores para el año 1997, mientras que para reconstruir las estructuras de directorios cruzados de Gran Bretaña y Estados

Unidos retoman los datos de un estudio llevado a cabo por Stokman, Ziegler y Scott (1985).

Según los resultados del estudio los valores de densidad en las estructuras de directorios cruzados correspondientes para Hong Kong, Gran Bretaña y Estados Unidos (.029, .017 y .035 respectivamente) se encuentran por debajo del 4% de interconexión. La conclusión de los autores sostiene que en comparación con Gran Bretaña y Estados Unidos, la densidad de la estructura de Hong Kong presenta un grado de interconexión moderado.

Salvando la diferencia en los periodos de tiempo analizados, podemos afirmar que en comparación nuestros datos se acercan a los casos mencionados (ver el cuadro nro. 6), ya que la densidad de la red de directorios cruzados en Argentina, con un valor de .039 es apenas más alta que la de Estados Unidos. El hecho de que la densidad del caso local sea levemente superior se debe muy probablemente a que nuestra muestra de empresas es un poco más pequeña que las analizadas en el estudio de Au, Peng y Wang (2000). Recordemos que el tamaño de la estructura repercute en su densidad, siendo que a mayor tamaño el valor de la densidad tiende a decrecer.

Por lo visto hasta aquí con los datos considerados, las estructuras relacionales que componen los directorios cruzados tienden a presentar niveles bajos de densidad, ya que difícilmente llegan a alcanzar un valor de .05 o de 5%. Esta evidencia nos permite entender un poco más el comportamiento relacional del entorno corporativo, ya que las estructuras de relaciones que poseen baja densidad propician entornos desiguales para los actores que conforman las redes. Específicamente estas situaciones se dan en relación a la repartición desigual de las relaciones entre los actores (Degenne & Forsé, 2007). Tal como lo hemos señalado este aspecto repercute en la dimensión posicional de los actores individuales que integran las estructuras, como por ejemplo en cuanto a la distribución desigual de las ventajas y desventajas y el acceso a los recursos.

**Cuadro nro. 6: Densidad y distribución de las distancias en redes de directorios cruzados. Comparación entre Hong Kong (1996), Gran Bretaña (1985), Estados Unidos (1985) y Argentina (2011):**

<b>Medidas</b>		<b>% Hong Kong 1996</b> (200 empresas)	<b>% Gran Bretaña 1985</b> (250 empresas)	<b>% Estados Unidos 1985</b> (250 empresas)	<b>% Argentina 2011</b> (108 empresas*)
<b>Densidad</b>		.029	.017	.035	<b>.039</b>
<b>Distancia</b>	1	2,0	2,0	3,0	<b>4,2</b>
	2	10,0	12,0	22,0	<b>19,2</b>
	Más de 2	88,0	86,0	75,0	<b>76,6</b>
<b>Total</b>		100,0	100,0	100,0	<b>100,0</b>

**Fuente:** el caso de Hong Kong es una reelaboración en base a Au, Peng y Wang (2000), los datos de Gran Bretaña y Estados Unidos provienen de un estudio realizado por Stokman, Ziegler y Scott (1985), los datos de Argentina son de elaboración propia.

\*Calculado sobre las 108 empresas que presentan interconexiones.

Nuestra segunda medida analizada es la distancia geodésica, esta nos permite comprender la manera en que los actores pertenecientes a una red se encuentran incrustados (embedded) a dicha estructura; para ello debemos ir un

poco más allá de la mera consideración de las conexiones directas de cada actor. Esta característica estructural resulta de gran relevancia ya que una distancia corta entre los actores nos permitiría interpretar que el intercambio entre los mismos se vuelve una posibilidad más probable (Hanneman y Riddle, 2005).

La distancia refiere al número de firmas a través de las cuales una empresa en particular debe atravesar para alcanzar algún punto de la red. Recordemos que la distancia promedio de toda la red es de 3,252, siendo que las empresas deben atravesar en promedio un poco más de tres firmas para conectarse con el resto.

En la parte inferior del cuadro nro. 6 podemos observar la distribución porcentual de las distancias, es decir, qué porcentaje de pares de nodos presentan una distancia determinada. El cuadro además presenta los datos del estudio de Au, Peng y Wang (2000) ya mencionado, por lo tanto podemos comparar el caso local con las estructuras de Hong Kong, Gran Bretaña y Estados Unidos.

Se asume que aquellos pares de empresas que se encuentran a grandes distancias difícilmente puedan llegar comunicarse entre sí (Stokman, Ziegler y Scott, 1985), por lo tanto el porcentaje de pares que se encuentran a menores distancias nos indica el grado de contacto o comunicación probable entre las firmas que componen la estructura.

En el cuadro nro. 6 podemos observar que el porcentaje de pares de empresas que se encuentran a una distancia de 1 (empresas más cercanas entre sí) es de 4,2% para el caso de Argentina, representando el porcentaje más alto para dicha distancia. El caso que más se acerca es el de Estados Unidos con un 3% mientras que tanto Hong Kong como Gran Bretaña presentan solo un 2% de pares de firmas conectadas a una distancia de 1. Este primer dato nos indicaría que, en comparación con otras estructuras de directorios cruzados, el caso de Argentina en la actualidad presenta un grado más alto de integración entre las empresas, entendiéndose por esta la posibilidad de que exista contacto entre ellas. Sin embargo volvemos a recordar que un posible sesgo en esta comparación radica en que se trata de diferentes periodos de tiempo y a la vez el tamaño de la estructura local es menor que el resto.

Por otro lado el 19,2% de los pares de firmas del caso local se encuentra a una distancia de 2, la cual puede considerarse una distancia relativamente corta ya que en este caso los pares de empresas están separados solamente por una firma intermediaria. En comparación solo la estructura de directorios cruzados de Estados Unidos supera este porcentaje con un 22%, mientras que Hong Kong y Gran Bretaña no sobrepasan el 12%.

Por último el porcentaje de aquellos pares de firmas que se encuentran a una distancia mayor a 2 nos indica de alguna manera el grado de fragmentación de la estructura, ya que resulta muy poco probable que las empresas que se encuentran a grandes distancias puedan llegar a mantener algún tipo de contacto entre sí (al menos a través de los directorios cruzados). Como podemos observar este porcentaje para el caso de Argentina es casi similar al que presenta Estados Unidos con un 76,6% y un 75% respectivamente, mientras que Hong Kong (88%) y Gran Bretaña (86%) presentan porcentajes más altos de pares de nodos a mayor distancia, y por ende una mayor fragmentación en sus estructuras.

Al igual que la densidad estructural el cálculo de la distancia también posee implicancias a nivel individual. Podemos considerar que aquellos actores que se encuentran más cercanos a otros tendrán la posibilidad de ejercer mayor poder e influencia que aquellos que por el contrario se ubican más distantes del resto (Hanneman y Riddle, 2005).

En la siguiente sección llevamos a cabo un análisis de los componentes de la estructura, el cual nos permitirá identificar las subestructuras que la ensamblan. Este análisis complementa el estudio de la conectividad para conocer cuan integrada se encuentra la estructura.

### **Composición de la estructura: Análisis de cliques**

El estudio de la composición de una estructura de red se centra en la identificación de sub-agrupaciones y bloques dentro de la misma. Para ello existen distintas perspectivas de análisis. La que nosotros utilizaremos en este estudio representa una mirada “desde abajo hacia arriba”, donde el estudio intenta desentrañar cómo las grandes estructuras se encuentran ensambladas a partir de subestructuras o sub-agrupaciones más pequeñas centrándose primero en la identificación de estas últimas. Con este fin llevamos a cabo un análisis de los *cliques*, los cuales representan un tipo particular de subestructura.

La noción de clique implica relaciones estructuradas y no conexiones al azar (Hanneman y Riddle, 2005), esto se debe a que estos no representan cualquier tipo de subconjunto de empresas, sino aquellos en los cuales sus miembros (con un mínimo de tres integrantes) poseen todos los vínculos posibles entre ellos (Quiroga, 2003). Debido a esta característica todos los cliques poseen una densidad de 100%, lo que nos permite interpretarlos como puntos cohesionados en la estructura de relaciones.

Estudiar a los cliques implica asumir que las grandes estructuras se construyen a partir de estructuras más pequeñas. Se trata de observar cómo lo macro puede surgir de lo micro, en palabras de Hanneman y Riddle (2005: 170-171) “este punto de vista de la estructura social centra la atención en cómo la solidaridad y la conexión de las grandes estructuras sociales pueden ser construidas a partir de pequeños y ajustados componentes: una especie de abordaje de “abajo a arriba””.

Considerando que se trata de subconjuntos de actores integrados y altamente cohesionados, la importancia de aplicar este tipo de análisis en el mundo empresarial radica en que la existencia de estas sub-agrupaciones muy probablemente nos esté señalando la formación de grupos de interés.

¿Cuáles son las características principales de los cliques?, ¿qué tamaños poseen?, ¿Se trata de sub-estructuras aisladas entre sí?, ¿Cómo se componen teniendo en cuenta las de las empresas? ¿Pueden considerarse agrupaciones de intereses?

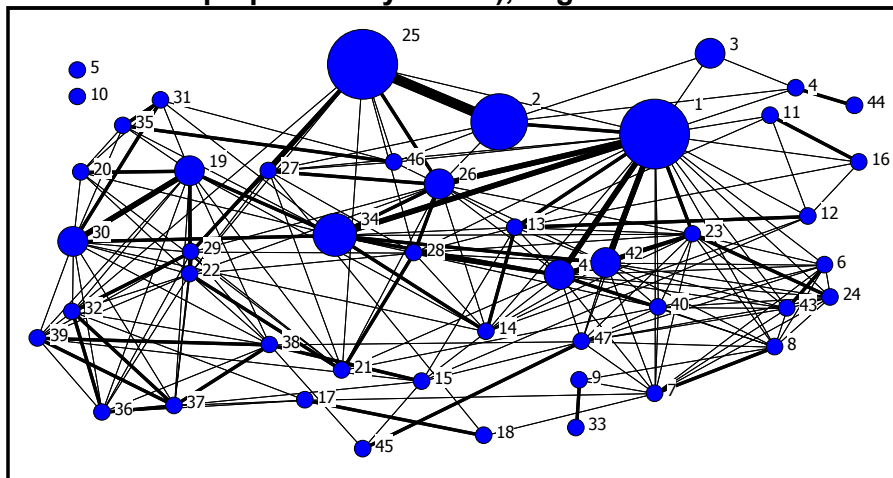
En función de estas preguntas el análisis en esta sección del trabajo se segmenta en tres partes. La primera se estructura en función de cuatro aspectos centrales de los cliques presentes en la red: número, tamaño, solapamiento o vínculos entre ellos e intensidad de los vínculos. El número refiere a la totalidad de cliques que existen al interior de la estructura mayor; el tamaño se encuentra representado por el número de empresas que cada uno de ellos posee; los vínculos se dan a partir de la superposición de las empresas en dos o más cliques, mientras que la intensidad de los vínculos se

mide a partir del número de empresas que los mismos comparten. En la segunda parte analizamos la composición de los cliques considerando el proceso de extranjerización de la cúpula empresarial en Argentina de las últimas décadas. De esta manera tratamos de señalar la posible integración entre empresas extranjeras y locales. La tercera y última parte de esta sección se encuentra abocada a describir el centro de la estructura, lo cual será llevado a cabo mediante la identificación de los cliques de mayor tamaño, estos representan al sector más denso de la estructura.

### Características principales de los cliques

Los resultados arrojados por el análisis nos muestran la existencia de 47 cliques, los cuales involucran a 61 de las 108 empresas que componen la estructura completa, lo que representa al 56% de ese total de las empresas interconectadas.

**Gráfico nro. 2: Estructura relacional entre los cliques (tamaño, superposición y fuerza), Argentina 2011.**



**Fuente:** elaboración propia.

**Nota:** a) los nodos representan subgrupos de empresas con todas las relaciones presentes y con un mínimo de tres integrantes (cliques), b) los números de los nodos identifican a los cliques de la Tabla 1 del Anexo c) el tamaño de cada nodo representa el número de integrantes de cada grupo, es decir el tamaño del clique, d) las líneas simbolizan la co-membrecía de las empresas en cada clique, e) el grosor de las líneas representan el número de miembros que los mismos comparten (intensidad o fuerza de la relación).

En la Tabla nro. 1 del anexo, podemos observar un listado de las empresas y entidades que componen cada uno de los 47 cliques mencionados.

Esta evidencia nos permite conocer algunos aspectos sobre el mundo corporativo en Argentina. De manera específica resulta de suma importancia para entender tanto la composición del entramado de relaciones como también el comportamiento relacional de las grandes empresas en nuestro país, ya que la estructura que estas ensamblan se compone a partir de de 47 sub-conjuntos cohesionados de menor tamaño. Asimismo, más de la mitad de las empresas interconectadas (el 56%) pertenecen a pequeñas sub-agrupaciones ajustadas. La importancia de estas corporaciones en el sostenimiento de la estructura mayor es considerable si tenemos en cuenta el supuesto teórico de que las grandes estructuras surgen a partir de estas pequeñas islas relacionales.

El gráfico nro. 2 expuesta a continuación exhibe una estructura relacional, aunque en este caso los nodos no representan empresas, sino los 47 cliques que componen la estructura de relaciones empresarias.

### Tamaño de los cliques

Observando rápidamente el gráfico nro. 4.2 podemos determinar que los nodos presentan distintos tamaños, esto representa al número de integrantes que componen a cada clique (tamaño). Así mismo podemos afirmar que en mayor medida la estructura se encuentra compuesta por los nodos más pequeños. El cuadro nro. 7 señala la distribución de los 47 cliques según el tamaño de los mismos. Como primera aproximación podemos afirmar que el rango del tamaño de los cliques oscila entre los 3 y los 7 integrantes.

**Cuadro nro. 7: Distribución de los cliques según el número de miembros (tamaño).**

Tamaño de los Cliques	<i>f</i>	%
3 (tamaño mínimo)	37	78,7%
4	6	21,3%
5	1	
6	1	
7	2	
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: elaboración propia.

El cuadro nro. 7 nos permite afirmar que la estructura de red de las empresas se encuentra compuesta en mayor medida a partir de pequeñas subestructuras o puntos cohesionados, ya que casi el 79% de los cliques posee un tamaño de 3 integrantes, según el criterio utilizado para identificarlos este representa el tamaño mínimo que un clique puede asumir. El hecho de que el mayor porcentaje de los cliques presente el tamaño mínimo de tres integrantes nos indica la dificultad de las empresas para formar y sostener grupos cohesionados de mayor tamaño.

Si observamos la tabla nro. 1 del Anexo podemos mencionar algunas de las empresas que componen los cliques de menor tamaño, como por ejemplo el clique nro. 20, el cual se encuentra compuesto por las empresas Cablevisión/Multicanal, Edenor y el Grupo Los Grobo. En este caso se trata de una empresa multimédios, una distribuidora de energía eléctrica y una empresa agropecuaria. Por otro lado el clique nro. 9, representado exclusivamente por entidades ligadas a la actividad financieras, agrupa a la Asociación de Bancos Argentinos (ABA), el Deutsche Bank S.A. y el Standard Bank Argentina S.A. Asimismo, el clique nro. 19 representa un ensamble entre dos entidades no financieras (MetroGas y Telecom Argentina) y un banco (el Banco Santander Río S.A.).

El resto de los cliques posee un tamaño que varía entre cuatro y siete integrantes, 6 de ellos poseen 4 integrantes cada uno, como por ejemplo el clique nro. 26 que agrupa a YPF, al Banco Hipotecario, la Cámara de Sociedades Anónimas y la empresa Irsa S.A. Con un tamaño similar el clique nro. 42 se encuentra compuesto por la Asociación Empresaria Argentina



(AEA), los bancos Bacs S.A. e Hipotecario y la Industria Metalúrgica Pescarmona S.A. (Impsa).

Con respecto a los cuatro cliques con mayor tamaño, dos se encuentran compuestos por 5 y 6 integrantes respectivamente, mientras que los dos restantes alcanzan un tamaño de 7 empresas cada uno, estos últimos representan las subestructuras de mayor tamaño de la red.

Aunque presenten una proporción menor en la estructura, consideramos que los cliques con mayor tamaño constituyen un punto nodal, ya que ellos representan las concentraciones densas más grandes dentro de la estructura. En el último punto de esta sección nos concentramos en estos cliques, los cuales consideramos representan al centro de la estructura.

### **Relaciones entre los cliques y fuerza de los vínculos**

Cuando una empresa determinada pertenece a dos o más cliques se genera un puente de conexión entre los mismos. A la vez el número de empresas que conectan a un clique con otro nos indica la intensidad de dicha/s relación/es. Volviendo nuevamente sobre el gráfico nro. 2 podemos observar estas relaciones entre los cliques a partir de las líneas que conectan a los nodos entre sí y su intensidad según el grosor de las líneas. Estas nos permiten señalar si los cliques representan componentes aislados o por el contrario se integran en una comunidad cohesionada.

Observando el gráfico nro. 2 podemos señalar la complejidad que presenta la estructura en cuanto al número de relaciones entre los cliques (simbolizado a partir del número de líneas que los conectan) y la intensidad de las mismas (grosor de las líneas). Esta complejidad nos permite afirmar que existe una integración considerable entre los mismos. Como podemos apreciar en la esquina superior izquierda del gráfico nro. 2, tan solo dos cliques se encuentran aislados de la estructura, mientras que el resto posee una y más conexiones. En síntesis podemos afirmar que en promedio los cliques poseen un poco más de nueve vínculos. Asimismo la intensidad de las relaciones nos indica que muchos de los cliques comparten más de una empresa con el resto, esto refuerza los vínculos entre los mismos.

Si bien la estructura de relaciones entre empresas se encuentra compuesta en mayor medida por cliques pequeños, lo que nos brindaría en primera instancia un panorama fragmentado, la evidencia sobre las relaciones entre los cliques nos indica que estos no representan componentes aislados, por el contrario podemos afirmar que existe un cierto grado de integración entre los mismos.

### **La presencia de las firmas extranjeras en la composición de los cliques**

El nuevo escenario económico y social en nuestro país nos permite entender la actual conformación de la cúpula empresarial. Una de las características es la creciente extranjerización de la misma, la cual, se vio alentada por los procesos de apertura económica, desregulación de los mercados y la ola de privatizaciones de las empresas públicas de la década del 90' (Basualdo, Arceo, González y Mendizábal, 2009).

En consecuencia se registra un aumento considerable en el número de firmas extranjeras dentro de la cúpula y como correlato una baja en el número de firmas nacionales. Sin embargo este fenómeno no solo se circunscribe a la década del 90 ya que hacia el año 2002 la presencia de las firmas de capital

nacional en el panel de las 500 empresas<sup>4</sup> más grandes se reduce aun mas con respecto a la década anterior, mientras que se registra un pequeño aumento en su número en el año 2007 (Basualdo, Arceo, González y Mendizábal, 2009).

Este nuevo panorama permite la confluencia entre **capitales nacionales y extranjeros**. En este sentido Azpiazu (2002) afirma que:

...ambos tipos de capital desarrollan una amplia gama de relaciones económicas basadas en las articulaciones que se establecen entre sus múltiples firmas controladas y/o vinculadas radicadas en el país [de esta forma] en el marco del actual patrón de acumulación (...) la cúpula (...) adquiere una nueva homogeneidad en cuanto a la estructura y el comportamiento de sus principales actores (66-67).

En esta misma línea algunos autores como Kogut & Walker (2001) y Lazzarini (2010), ambos citados en Lluch, Salvaj y Barbero (2011), proponen que los procesos de cambio estructural de un sistema económico determinado, como por ejemplo los procesos de apertura económica y privatización de las empresas públicas, no provocan una fragmentación en las redes empresariales locales, sino que por el contrario se produce una integración entre las empresas extranjeras (las cuales se incorporan mediante los nuevos procesos) y las empresas locales.

**Cuadro nro. 8: Tipo y origen de las empresas pertenecientes a los cliques.**

Tipo y origen de las empresas		f
Privadas	Extranjeras	21
	Nacionales	28
Públicas		4
----- Asociaciones Empresarias		8
<b>Total</b>		<b>61</b>

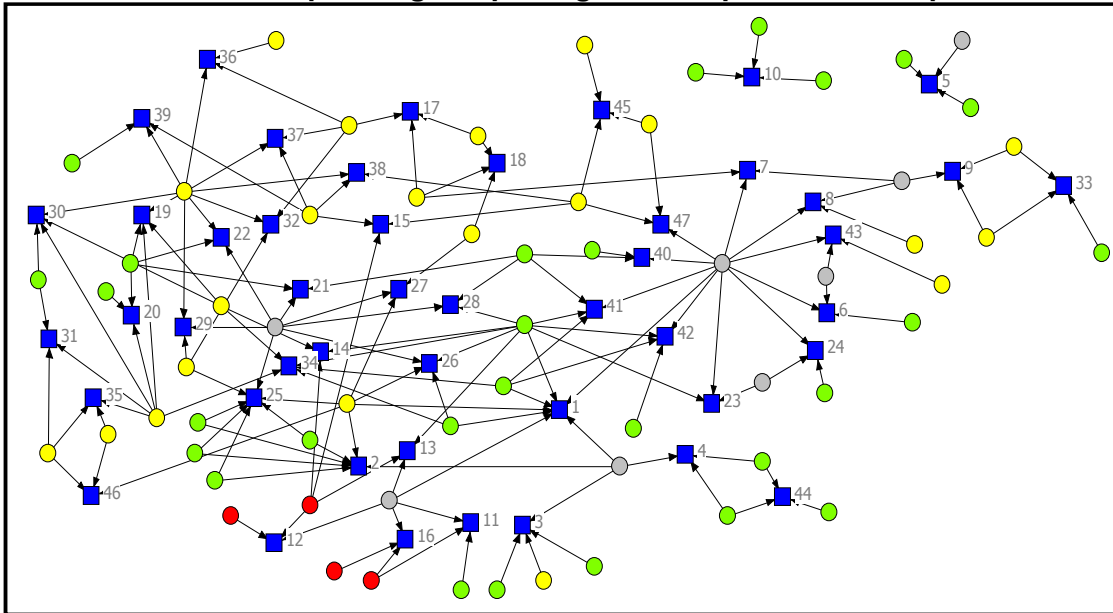
**Fuente:** Elaboración propia

**Nota:** las asociaciones empresarias son presentadas por separado debido a que no las clasificamos bajo estas variables.

Si bien en nuestro estudio carecemos de datos para llevar a cabo una comparación de la red empresarial en dos periodos distintos podemos situarnos en la red actual y observar la conformación de los cliques según el tipo y origen de las empresas que los integran. Considerando que los cliques representan componentes ajustados de la estructura mayor (es decir pequeños subgrupos de empresas que presentan una densidad de 100%), podemos inferir que aquellos que se encuentran conformados tanto por empresas locales como extranjeras dan cuenta del proceso de integración entre los dos tipos de firma.

<sup>4</sup> El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) realiza cada año una Encuesta Nacional a Grandes Empresas (ENGE), a través de la cuál es posible relevar información sumamente importante acerca de las 500 empresas más grandes del país (según valor de producción).

**Gráfico nro. 3: Cliques según tipo/origen del capital de las empresas**



**Fuente:** elaboración propia.

**Nota:** Nodos amarillos: empresas extranjeras; Nodos verdes: empresas nacionales; Nodos rojos: empresas públicas; Nodos grises: asociaciones empresarias; Nodos azules: Cliques.

Como ya mencionamos son 61 las empresas que componen los 47 cliques, en el cuadro nro. 8 podemos observar su distribución según tipo y origen. 28 empresas nacionales representan la frecuencia más elevada, seguida por 21 empresas extranjeras. La distribución se completa con 4 empresas de carácter público y 8 asociaciones empresarias.

El gráfico nro. 3 representa un socio-grama de la estructura y composición de los cliques. Mientras que los nodos cuadrados representan a cada uno de los cliques los nodos circulares simbolizan a las empresas que los componen. Las líneas representan la afiliación de las empresas a los cliques. Las empresas se encuentran distinguidas por colores los que representan el tipo y origen de las mismas. Como podemos observar la composición de los cliques demuestra un panorama bastante heterogéneo según el tipo y origen de las empresas.

De manera más específica, a partir del cuadro nro. 9, podemos señalar que tan solo 11 cliques, 23,5% del total, se encuentran compuestos por un solo tipo de empresas, por un lado los cliques formados por empresas nacionales y por el otro aquellos constituidos por empresas extranjeras, siendo este último grupo ampliamente mayor que el primero. En este sentido podríamos afirmar que el comportamiento de estos grupos tiende a presentarse de modo más cerrado que el de las empresas locales.

Las empresas extranjeras forman parte de 31 cliques, lo que representa el 66% del total, esta alta presencia en los puntos cohesivos de la estructura da cuenta del papel central que juegan estas firmas en la economía local. Por otro lado 22 de estos cliques representan lo que en el cuadro nro. 9 denominamos grupos abiertos, es decir que combinan en su interior firmas extranjeras y locales. Este último dato nos permite señalar el grado de integración que existe entre las empresas de distinto origen.

**Cuadro nro. 9: Composición de los cliques según tipo y origen de las empresas.**

Grupos	f		Tipo de Grupo	
Solo empresas Nacionales	2		Cerrados	
Solo empresas Extranjeras*	9			
Empresas Extranjeras y Nacionales*	7	22	Abiertos	
Empresas Extranjeras y Asociaciones Empresarias*	7			
Empresas Extranjeras y Públicas*	1			
Empresas Extranjeras, Nacionales y Asociaciones Empresarias*	6			
Empresas Extranjeras, Nacionales y Públicas*	1			
Empresas Nacionales, Públicas y Asociaciones Empresarias	2	14		
Empresas Nacionales y Asociaciones Empresarias	10			
Asociaciones Empresarias y Empresas Públicas	2			
<b>Total</b>	<b>47</b>			

Fuente: Elaboración propia.

\*Cliques con presencia de empresas extranjeras.

### El centro de la estructura

El centro de una estructura es aquel sector donde se encuentra el mayor número de relaciones entre las empresas que la componen, esto implica la existencia de una mayor densidad en esta sub-población. La posibilidad de contacto e intercambio entre las empresas que se encuentran alojadas en el centro será mucho más probable que en el resto de la estructura. Hanneman y Riddle (2005: 114) sostienen que el comportamiento de las poblaciones se encuentra en estrecha relación con la densidad que las mismas presentan, “las respuestas a los desafíos puede ser muy distinta en las poblaciones con mayor densidad que en aquellas con densidad baja”.

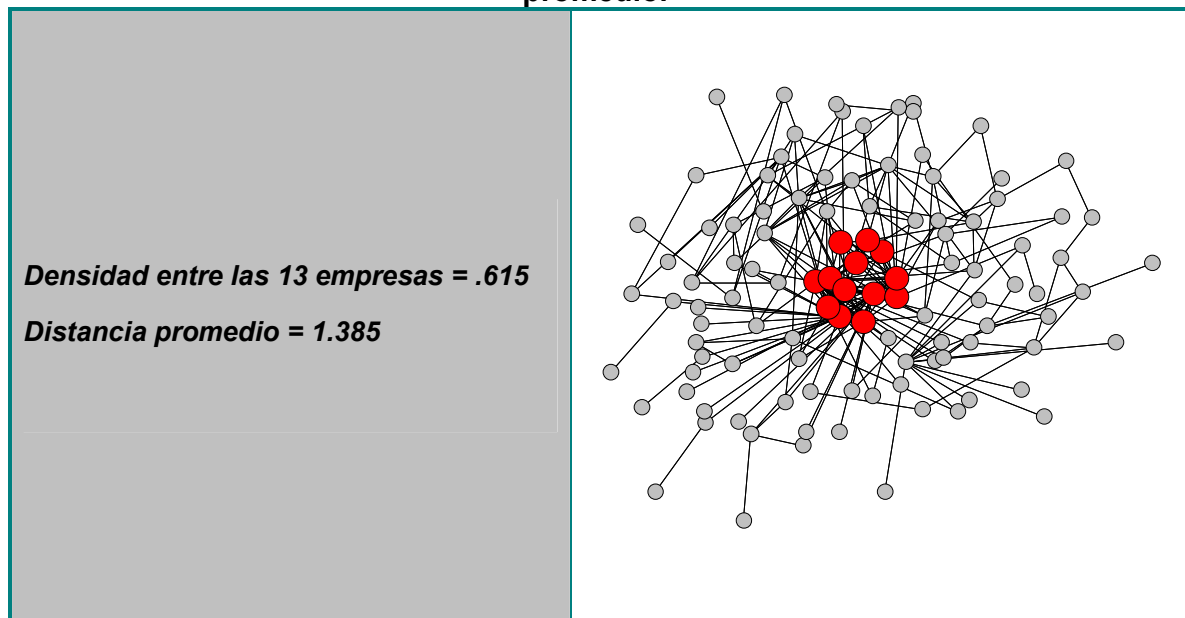
Debido a que entre las empresas que pertenecen a un clique determinado todas las conexiones se encuentran presentes, estas representan sub-estructuras con una densidad del 100%. Por lo tanto nos interesa aquí identificar a los cliques de mayor tamaño para conocer en qué parte o sector de la estructura se ubica el mayor número de relaciones, es decir aquellas empresas que presentan el punto más denso en cuanto a interconexiones dentro del todo.

Si volvemos a observar el cuadro nro. 7, el cual nos informa la distribución de los cliques según su tamaño, podemos señalar que existen dos cliques con un tamaño de siete integrantes y un clique con un tamaño de seis. Estas representan los puntos densos con mayor tamaño de la estructura. Por lo tanto podemos señalar que tan solo 13 empresas son las responsables de ensamblar a los tres cliques. Se trata del clique nro. 2, con seis integrantes y los cliques nro. 1 y 25 con siete empresas cada uno.

Como podemos observar en el gráfico nro. 4 la densidad de .615 nos indica que un poco más del 60% de los lazos posibles se encuentran presentes entre

estas entidades. Tal como afirma Requena Santos (1989: 142) “en aquellas partes más densas de la red se necesitarán menos pasos intermedios para alcanzar a la mayoría del resto de los actores”, lo que nos indicaría una mayor cercanía entre las empresas. En efecto, si señalamos la distancia promedio entre estas 13 empresas podemos identificar que la misma arroja un valor de 1.385, es decir que los actores en promedio se encuentran a poco más de un paso entre sí. Si tenemos en cuenta los valores de densidad y distancia geodésica promedio calculados para toda la estructura (.039 y 3.252 respectivamente) podemos afirmar que en este caso la densidad se incrementa y la distancia promedio entre los actores se reduce de manera considerable.

**Gráfico nro. 4: Esquema del centro de la estructura. Densidad y distancia promedio.**



**Fuente:** elaboración propia.

Si bien estos cliques representan las subestructuras más grandes, difieren en sus grados de integración con el resto de los cliques. Mientras el clique número 2 se relaciona con 7 cliques y el 25 se superpone con 10, el clique número 1 constituye al subconjunto más interconectado de la estructura con 24 vínculos. En este sentido se resalta la importancia del mismo en cuanto al sostenimiento de la estructura mayor, ya que el flujo de relaciones más importantes pasa a través de este subconjunto de empresas.

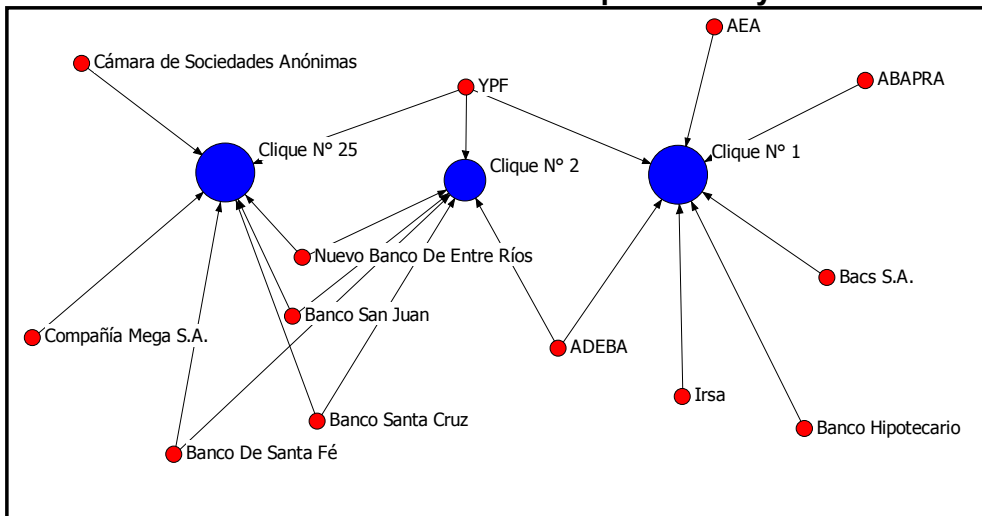
**La conformación del centro**

En el gráfico nro. 5 podemos observar un socio-grama, este nos muestra las 13 empresas que componen a cada uno de los tres cliques más grandes y las relaciones que existen entre ellos. Una de las firmas más importantes en el centro de la estructura es YPF S.A., ya que esta empresa es la única que pertenece a los tres cliques más grandes de manera simultánea y los conecta entre sí, asimismo representa la empresa más grande del país según el ranking de ventas de la Revista Mercado (2010). Este dato nos señala la importancia de esta firma no solo para el sostenimiento de la estructural relacional sino también para la reproducción y mantenimiento del poder económico dentro de la cúpula empresarial.

Es preciso remarcar la condición de la empresa YPF al año 2011, momento en el cual llevamos a cabo el relevamiento de la base de datos. Si bien YPF representaba una entidad extranjera, debido a que en su composición accionaria el capital extranjero se encontraba por encima del 50%, un pequeño porcentaje de su composición pertenecía al grupo económico local Petersen. En este sentido Sabbatella y Serrani (2011:1) señalan que:

A fines de 2007, el nuevo escenario político propició que el Grupo Petersen, encabezado por empresarios argentinos al mando de la familia Eskenazi, comprara el 14,9% de YPF S.A. En mayo de 2011 adquirió otro 10% y, por lo tanto, la composición accionaria de la ex petrolera estatal quedó conformada de la siguiente manera: 58,23% en manos de Repsol, 25,46% del Grupo Petersen y el 16,31% restante corresponde a fondos de inversión internacionales.

**Gráfico nro. 5: Relación entre los cliques de mayor tamaño.**



Fuente: elaboración propia.

Este dato realiza un aporte fundamental ya que es la presencia de este grupo económico local en el directorio de YPF la que explicaba las interconexiones de esta firma con el resto de la cúpula empresarial. Sin embargo, a mediados del año 2012 el Estado Argentino resuelve expropiar el 51% del patrimonio de YPF S.A., lo que la convierte no solo en una empresa nacional sino también pública o de control estatal<sup>5</sup>. En esta reconfiguración de la estructura accionaria de la firma más importante del país el grupo Petersen de la familia Eskenazi no logra retener ninguna parte del 25% que tuvo en su momento, debido a que no alcanza a cumplir con el pago de las deudas financieras que mantenía con el grupo Repsol y otras entidades financieras internacionales. De esta manera la restructuración en la conformación accionaria de la empresa tuvo como correlato una reconfiguración de su directorio, la cual fue llevada a cabo en el mes de junio del año 2012.

<sup>5</sup> Tal como lo expresa el siguiente fragmento de una nota publicada en el diario INFO News (03/05/12) "la Cámara de Diputados convirtió en ley el proyecto del Ejecutivo sobre la nacionalización de YPF, **con 207 votos a favor, 32 votos en contra y 6 abstenciones**. Con la recuperación del control estatal sobre la petrolera, se declara "de utilidad pública y sujeto a expropiación el 51 por ciento del patrimonio de YPF S.A." [Disponible en: <http://www.infonews.com/2012/05/03/politica-20167-argentina-recupero-ypf-la-nacionalizacion-es-ley.php>]

Sin embargo es preciso remarcar aquí que la lógica interpretativa de nuestro estudio entiende a las interconexiones más allá de los nombres de las firmas y personas específicas que conforman cada uno de los grupos interrelacionados. Nuestra perspectiva asume a los comportamientos que llevan a las relaciones inter-corporativas e inter-personales como expresiones de prácticas sociales, las cuales reflejan fenómenos subyacentes como por ejemplo, estrategias que permiten la preservación de la clase social y el poder económico.

Otro dato interesante es la alta presencia de firmas financieras en el centro de la estructura, ya que 8 de las 13 entidades que la conforman se encuentran vinculadas a dicha actividad. Si bien hace falta llevar a cabo un análisis posicional de las firmas para conocer la verdadera importancia de cada una en la estructura de relaciones (el cual no forma parte del objetivo de esta ponencia), esta información pone de relieve el papel central que juega este tipo de entidad en la reproducción del poder económico. Asimismo debemos resaltar que se trata de entidades financieras de origen nacional. Por un lado podemos observar que dos de estas entidades son asociaciones bancarias, ABAPPRA y ADEBA, ambas se encuentran enfocadas mayormente a la representación de la banca pública y privada de origen nacional.

De las 8 entidades financieras mencionadas 5 son bancos que se encuentran relacionados directamente con el proceso de privatización de la banca pública de la década del noventa, 4 específicamente se vinculan al proceso de privatización de los bancos provinciales. Estos últimos son aquellos bancos que forman parte de los cliques nro. 25 y 2, específicamente se trata de los bancos de Santa Fé, Santa Cruz, San Juan y el Nuevo Banco de Entre Ríos. Actualmente estos bancos se encuentran ligados al grupo económico Petersen ya mencionado. Esto explica los vínculos tan estrechos de estos bancos con la empresa YPF, la cual en su momento perteneciera (en un 25% de su estructura accionaria) al mismo grupo económico. De forma más precisa lo que explica, en el marco de este trabajo, las relaciones entre este grupo de firmas es la presencia de la familia Ezkenazi y sus "allegados" en sus respectivos directorios.

Otra de las firmas pertenecientes al clique nro. 25 es la Compañía Mega S.A. La vinculación a través de los directorios en este caso también puede ser explicada según la estructura accionaria de esta empresa dedicada a la actividad petroquímica, ya que es controlada por Repsol-YPF (38%), el grupo Dow (28%) y Petrobras (34%) (Mercado, 2010).

La Asociación de Bancos ADEBA representa el otro punto importante, junto con YPF, en el vínculo entre estos cliques o subgrupos ya que ambas permiten la interconexión entre las empresas pertenecientes los cliques nro. 2 y 25 (las cuales mencionamos que se vinculan al Grupo Petersen) con aquellas que componen el clique nro. 1. Entrando en la descripción de este último podemos señalar que tres de las empresas que lo componen se encuentran ligadas a otro grupo económico local, se trata del grupo liderado por el empresario argentino Eduardo Elztain. Es el caso de Irsa S.A., una de las empresas de bienes raíces más grande del país, la cual a través del Grupo Apsa S.A. controla los shoppings más importantes de Argentina. Las otras firmas vinculadas a este grupo económico son por un lado el Banco Hipotecario (relacionado con el proceso de privatización de la banca pública en los años noventa) y por el otro el banco Bacs S.A., debido a esto los directorios de estas tres empresas se encuentran fuertemente vinculados entre sí.

Como ya lo mencionamos el clique nro. 1 en comparación con los cliques 2 y 25, presenta una interconexión más alta con el resto de la estructura de empresas. Esto se explica tanto por la presencia de las dos asociaciones bancarias (ADEBA y ABAPRA), las cuales se vinculan con la mayoría de las firmas financieras, así como también por la presencia de la Asociación Empresaria Argentina (AEA).

### **Conclusiones**

En el presente trabajo hemos encontrado evidencia para afirmar que el mundo corporativo en Argentina representa un espacio relacional. Las empresas, al conectarse a través de sus directorios, ensamblan una estructura compleja de relaciones. Más del 80% de las entidades se encuentran conectadas con al menos una entidad lo que nos sugiere además un comportamiento cohesivo. Pensando dichas relaciones como un todo podemos afirmar que la densidad, en términos de las relaciones posibles y aquellas que efectivamente se encuentran presentes, arrojó valores particularmente bajos. Así mismo encontramos que a partir del resultado de la distancia geodésica en promedio los actores deben pasar a través de un poco más de tres intermediarios para alcanzar cualquier punto en la estructura, solo un 4,2% de los pares de firmas se encuentran a una distancia de 1, un 19% se posee una distancia de 2 mientras que el 76% restante de los pares de empresas se encuentran a una distancia mayor a 2. Este dato nos da un panorama específico acerca de la conectividad entre los actores, ya que nos permite pensar en al las relaciones del ámbito empresarial como un espacio o ámbito de conflicto y puja de intereses. Tanto el bajo valor de densidad (debido a que existe un gran porcentaje de relaciones directas ausentes en la estructura) como la alta proporción de pares de empresas que se encuentran a grandes distancias nos indican la alta probabilidad de que exista una distribución desigual de las oportunidades entre los actores. Tendremos que corroborar posteriormente a partir del análisis posicional cuales son específicamente aquellas empresas que funcionan como puentes de interconexión entre las demás, ya que estas tendrán mayores ventajas a su favor debido que manejan los flujos de circulación de la información así como de otros recursos relevantes. Sin embargo debido a las similitudes encontradas a partir de la comparación con los datos de los estudios de Stokman, Ziegler y Scott (1985) y Au, Peng y Wang (2000) para los casos de Gran Bretaña, Estados Unidos y Hong Kong podemos entender que estas particularidades sobrepasan al caso local, lo que nos estaría indicando que estas características muy probablemente representan al comportamiento relacional corporativo en general.

Estas características relacionales del mundo corporativo nos brindan algunas pistas acerca de la forma en que se reproduce el poder económico. De esta manera sobre la segunda parte de esta ponencia hemos estudiado, por medio del análisis de cliques, la composición de la estructura de relaciones entre las empresas. Dicha estructura se encuentra ensamblada a partir de 47 cliques o sub-estructuras menores. Estas son identificadas a partir de subconjuntos de empresas que presentan todas las conexiones posibles entre sí, y por lo tanto poseen una densidad del 100%. Tal como lo hemos señalado, se trata en gran medida de cliques pequeños ya que la gran mayoría presenta el tamaño mínimo de tres integrantes. Tan solo 10 cliques poseen un tamaño que varía entre 4 y 7 integrantes. Por otro lado hemos señalado que estos cliques no



representan componentes aislados ya que existe una gran superposición entre los mismos. Esta superposición o vínculo entre los cliques se da cuando una empresa pertenece a dos o más cliques al mismo tiempo. En promedio los cliques poseen un poco más de nueve vínculos, este dato nos describe el grado de integración entre los componentes principales de la estructura mayor. Luego logramos dar cuenta del grado considerable de integración que existe entre las empresas locales y extranjeras lo cual según nuestra interpretación se vio favorecido por el proceso de extranjerización de la cúpula empresarial que se dio mayormente durante la década del noventa. Por último nos hemos enfocado en la exploración de las relaciones entre los tres cliques más grandes de la estructura, aquellos que los componen entre seis y siete empresas. Con el propósito de conocer algunas claves de la lógica de la reproducción del poder económico, la idea de este análisis fue describir las características principales del centro más denso dentro de la estructura centrándonos en las relaciones entre las empresas implicadas. La alta convergencia entre los directorios de las 13 empresas que componen a los tres cliques de mayor tamaño responde en gran medida a la presencia subyacente del Grupo Petersen perteneciente a Enrique Ezkenazi y a las empresas ligadas a Eduardo Elztain. Asimismo señalamos la gran presencia de bancos nacionales que se vinculan al proceso de privatización de la banca pública de la década del noventa. Por otro lado la empresa YPF como la asociación bancaria ADEBA representan al nexo más importante que vincula a los tres subconjuntos entre sí, mientras que la Asociación Empresaria Argentina, y las dos asociaciones Bancarias (ADEBA y ABAPPRA) son las entidades que en mayor medida se interconectan con el resto de la estructura.

## Bibliografía

- Au, K., Peng, M. W., & Wang, D. 2000. Interlocking directorates, firm strategies, and performance in Hong Kong: Towards a research agenda. *Asia Pacific Journal of Management*, 17(1): 28–47.
- Azpiazu, D. (Comp.) (2002): *Privatizaciones y Poder Económico*. Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.
- Azpiazu, D. y Schorr, M. (2011) *La industria argentina en las últimas décadas: una mirada estructural a partir de los datos censales*. *Realidad Económica*: 259 abril-mayo, 12-41.
- Basualdo, E. (2006): “La reestructuración de la economía argentina durante las últimas décadas: de la sustitución de importaciones a la valorización financiera” en Basualdo, E. y Arceo, E. (2006) *Neoliberalismo y sectores dominantes. Tendencias globales y experiencias naciones*.
- Basualdo, E. y Arceo, E. (2006) “*Neoliberalismo y sectores dominantes. Tendencias globales y experiencias nacionales*”. CLACSO, Buenos Aires.
- Basualdo, E., Arceo, N., González, M. y Mendizábal, N. (2009). Informe de avance: Concentración, centralización y Extranjerización. Continuidades y cambios en la Post-convertibilidad. *Cifra - Centro de Investigación y Formación de la República Argentina*
- Borgatti, S.P., Everett, M.G. and Freeman, L.C. 2002. *Ucinet for Windows: Software for Social Network Analysis*. Harvard, MA: Analytic Technologies.
- Burachik, G. (2008) *Analysis of INDEC Big Firms Survey. A tentative conceptual framework*. MPRA Paper No. 9840, posted 05. August 2008. [Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/9840/>]
- Carroll, W. K. & Fenenma, M. (2004): Problems in the study of the transnational business community. A reply to Kentor and Jang. *International Sociology*, vol. 19(3): 369-378.
- Cibils, A. y Allami, C. (2010) *El sistema Financiero Argentino: Desde la reforma de 1077 hasta la actualidad*. *Realidad Económica*: 249 enero- febrero, 107-133.
- De Federico, A. (2010): “La perspectiva del interaccionismo estructural para el análisis de redes sociales”. *REDES, Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales Volumen especial*, 43-56.
- Degenne, A. y Forsé, M. (2007): “*Introducing Social Networks*”. Sage Publications, Los Angeles.
- Domhoff (2005) “Who rules America”. [Consultado por última vez 03/12/2012 en <http://www2.ucsc.edu/whorulesamerica/>]
- Dossi, M. V. (2010) “La Construcción de la representación y de la acción corporativa empresaria en las asociaciones empresariales. Un estudio de la Unión Industrial Argentina a partir de la articulación de la dimensión organizacional, estructural y política en el período 1989-2003”. Tesis Doctoral, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales – Sede Académica Argentina.

- Giron, A. (2009) Argentina: su recurrente inestabilidad financiera. CLACSO, México.
- Granovetter, M. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. Chicago, University of Chicago Press
- Hanneman, R. A. and Riddle, M. (2005): Introduction to social network methods. Riverside, CA: University of California, Riverside (published in digital form at <http://faculty.ucr.edu/~hanneman/>).
- Katz, J (2000) Pasado y presente del comportamiento tecnológico de América Latina. CEPAL, Red de Reestructuración y Competitividad División de Desarrollo Productivo y Empresarial. SERIE: desarrollo productivo Nro. 75. Santiago de Chile.
- Kosakof, B. y Bezchinsky, G. (1993) De la sustitución de importaciones a la globalización. Las empresas transnacionales en la industria argentina. CEPAL, Buenos Aires. Documento de Trabajo N° 52.
- Kulfas, M., Porta, F. y Ramos, A. (2002): Inversión extranjera y empresas transnacionales en la economía argentina. Oficina de la CEPAL en Buenos Aires, setiembre de 2002.
- Lluch, A. Salvaj, E. y Barbero, M. I. (2011) Redes Corporativas y Grupos Económicos en Argentina (a fines de la etapa de sustitución de importaciones). X Congreso Internacional de la AEHE 8, 9 y 10 de Septiembre 2011 Universidad Pablo de Olavide Carmona (Sevilla).
- Lozano, C. Rameri, A. y Raffo, T. (2007) La cúpula empresarial argentina luego de la crisis: Los cambios en el recorrido 1997 – 2005. Instituto de Estudios y Formación CTA
- Mintz, B. and Schwartz, M. (1981) Interlocking Directorates and Interest Group Formation. American Sociological Review, Vol. 46. 851-869.
- Molina, J., L. (2001) Taller introductorio al análisis de redes sociales. Prácticas con Netminer y Pajek. Consultado por última vez el 02/04/2011 en [[revista-redes.rediris.es/webredes/talleres/practica.doc](http://revista-redes.rediris.es/webredes/talleres/practica.doc)]
- Quiroga, A. (2003): Introducción al Análisis de Datos Reticulares. Prácticas con Ucinet6 y Netdraw1. Versión 2. Departamento de Ciencias Políticas, Universidad Pompeu Fabra. Disponible en: <http://revista-redes.rediris.es/webredes/taller.htm> - [fecha de consulta: Abril de 2011].
- Requena Santos, F. (1989) El Concepto de Red Social. Reis N° 48 Octubre-Diciembre 1989.
- Sabatella, I. y Serrani, E.; (2011) “A 20 años de la privatización de YPF. Balances y perspectivas”. Revista electrónica Voces del Fénix. N° 2. Octubre. UBA. Buenos Aires.
- Sautu, R. (2011): El Análisis de las Clases Sociales: teorías y metodologías. Buenos Aires. Ediciones Luxemburg.
- Schvarzer, J. (1998): Implementación de un modelo económico – la experiencia argentina entre 1975 y el 200. A-Z editora S.A., Buenos Aires.
- Scott, J (2000): Social Network Analysis: Sage, London.
- Stokman, F., R. Ziegler, and J. Scott (Eds.) (1985). Networks of Corporate Power. London: Polity Press.
- Wellman, B. y Berkowitz, S. (eds.) (1988) Social Structures: A Network Approach. Cambridge University Press. Cambridge, England.

## Anexo

**Tabla 1: Composición de los cliques. Arg. 2011.**

N° C	Comp	N° C	Comp	N° C	Comp	N° C	Comp
1	1. ABAPPRA 2. ADEBA 3. AEA 4. Bacs S.A. 5. Banco Hipotecario 6. Irsa 7. YPF	2	1. ADEBA 2. Banco De Santa Fé 3. Banco San Juan 4. Banco Santa Cruz 5. Nuevo Banco De Entre Ríos 6. YPF	3	1. ADEBA 2. Banco Del Tucumán 3. Banco Macro 4. Banco Privado	4	1. ADEBA 2. Banco Galicia 3. Compañía Financiera Argentina S.A.
5	1. ABE 2. Bco. Indust. Multifin. 3. Comp. Fin. S.A	6	1. AGD 2. AEA 3. UIA	7	1. ABA 2. AEA 3. Banco Santander Río S.A.	8	1. ABA 2. AEA 3. Citibank N.A.
9	1. ABA 2. Deutsche Bank S.A. 3. Standard Bank Arg. S.A.	10	1. Banco Columbia S.A. 2. Banco Mariva 3. Mba Lazard	11	1. ABAPPRA 2. Banco Credicoop Coop. Ltda. 3. Bco. de la Nac. Arg.	12	1. ABAPRA 2. Banco De Corrientes S.A. 3. Bco de Inv. y Com. Ext. S.A.
13	1. ABAPPRA 2. Banco De Inversión y Comercio Exterior S.A 3. Bco. Hipot.	14	1. Banco De Inversión y Comercio Exterior S.A 2. Bco. Hipot. 3. Pampa Energía	15	1. Bco. de Inver. y Com. Ext. S.A 2. Endesa Costanera 3. Ternium-Sid.	16	1. ABAPPRA 2. Bco. de la Ciud. Bs. As. 3. Bco. De La Nac. Arg.
17	1. Bco. Sant. Río S.A. 2. Edesur 3. Telecom Arg.	18	1. Banco Santander Río S.A. 2. MetroGas 3. Telecom Arg.	19	1. Cablevisión – Multicanal 2. Edenor 3. Pampa Energ. 4. TGS	20	1. Cablevisión - Multicanal 2. Edenor 3. Gpo Los Grobo
21	1. Cablevisión – Multicanal 2. Cám. de Soc.	22	1. Cablevisión – Multicanal 2. Cám. de Soc.	23	1. AEA 2. Bco Hipot 3. Cám. Arg. De la	24	1. AEA 2. Cám. Arg. De la Construc.

	Anónimas 3. Grupo Clarín (AGEA)		Anónimas 3. TGS		Construc.		3. Clisa
<b>25</b>	1. Bco Sta. Fé 2. Bco. San Juan 3. Bco. Sta. Cruz 4. Cám. de Soc. Anónimas 5. Comp. Mega 6. Nvo. Bco. De Entre Ríos 7. YPF	<b>26</b>	1. Bco. Hipot. 2. Cám. de Soc. Anónimas 3. Irsa 4. YPF	<b>27</b>	1. Cám. de Soc. Anónimas 2. MetroGas 3. YPF	<b>28</b>	1. Bco. Hipot . 2. Cám de Soc. Anónimas 3. Grupo Clarín (AGEA)
<b>29</b>	1. Cám. de Soc. Anónimas 2. Comp. Mega S.A. 3. TGS	<b>30</b>	1. Central Piedra Buena 2. Edenor 3. Pampa Energía 4. TGS	<b>31</b>	1. Ctral. Piedra Buena 2. Edenor 3. TETEFONICA de Argentina	<b>32</b>	1. Comp. Mega S.A. 2. Edesur 3. TGS
<b>33</b>	1. Deutsche Bank S.A. 2. Molinos Río de la Plata 3. Standard Bank Arg. S.A	<b>34</b>	1. Bacs S.A. 2. Banco Hipotecario 3. Edenor 4. Irsa 5. Pampa Energía	<b>35</b>	1. Edenor 2. Telefónica H. de Arg. 3. TETEFONICA de Argentina	<b>36</b>	1. Edesur 2. Grupo Petrobras 3. Transport. de Gas del Sur
<b>37</b>	1. Edesur 2. Endesa Costanera 3. Transport. de Gas del Sur	<b>38</b>	1. Endesa Costanera 2. Ternium-Siderar 3. Transport. de Gas del Sur	<b>39</b>	1. Endesa Costanera 2. Mirgor 3. Transport. de Gas del Sur	<b>40</b>	1. AEA 2. Grupo Arcor 3. Grupo Clarín (AGEA)
<b>41</b>	1. AEA 2. Bacs S.A. 3. Bco. Hipot. 4. Grupo Clarín (AGEA)	<b>42</b>	1. AEA 2. Bacs S.A. 3. Banco Hipotecario 4. Impsa	<b>43</b>	1. AEA 2. IVECO ARG. S.A. 3. UIA	<b>44</b>	1. Banco Galicia 2. Comp.Fin. Arg. S.A. 3. Tarjeta Naranja
<b>45</b>	1. Tecpetrol 2. Tenaris 3. Ternium- Siderar	<b>46</b>	1. Telefónica Holding de Argentina 2. TETEFONICA de Argentina 3. YPF	<b>47</b>	1. AEA 2. Tenaris 3. Ternium- Siderar	-----	-----

Fuente: elaboración propia.