



Universia Business Review

ISSN: 1698-5117

ubr@universia.net

Portal Universia S.A.

España

Cuervo García, Álvaro
Dinámica empresarial y consolidación sectorial
Universia Business Review, núm. 1, primer trimestre, 2004, pp. 96-105
Portal Universia S.A.
Madrid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43300109>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Dinámica empresarial y consolidación sectorial



Álvaro Cuervo García
Catedrático de Economía
de la Empresa Universidad
Complutense de Madrid



acuervo@ccee.ucm.es

96

La concentración sectorial

La teoría económica caracteriza un sector industrial como un sistema competitivo en el cual hay multitud de empresas con la misma tecnología, multitud de clientes con información perfecta y no hay costes de transporte o de intercambio. En estas condiciones, los precios y cantidades intercambiadas se determinan por la relación entre la oferta y demanda agregada; ni las empresas ni los clientes tienen capacidad para influir en el precio. La realidad, sin embargo, no se corresponde con los modelos teóricos.

La mayoría de los sectores se caracterizan porque en ellos conviven un reducido número de grandes empresas y múltiples empresas pequeñas, hay clientes de distintos tamaños, los precios varían entre empresas y cliente y existen costes de información y de transacción. La economía industrial ha supuesto, durante mucho tiempo, que todas las empresas tienen acceso a la misma función de producción,

a pesar de la larga y honorable tradición que no lo corrobora (Caves, 1980; Nelson y Winter, 1982) y el considerable número de trabajos cuantitativos que afirman que el “efecto empresa” (su heterogeneidad) juega un papel central en la explicación de las diferencias de productividad entre las empresas (Cockburn, Henderson y Stern, 2000) y por ello en el crecimiento y dimensión de las mismas.

Los estudiosos de la economía industrial atribuyen los diferentes resultados de las empresas a factores tales como el acceso heterogéneo a los inputs, la ventaja del primero en actuar, la existencia de economías de escala (Besanko, Dranove y Shanley, 2000; Ghemawat, 1991), barreras de entrada; sin tener en cuenta las diferencias intrínsecas de las capacidades de cada empresa, es decir, el denominado efecto empresa.

Por el contrario, los trabajos basados en la sociología organizativa y el enfoque de recursos y capacidades de la dirección estratégica

RESUMEN DEL ARTÍCULO

La regulación sobre concentración empresarial y poder de mercado debe tener en cuenta las causas de la consolidación sectorial, las razones justificativas de por qué unas pocas empresas controlan un alto porcentaje del mercado. Este control puede ser el resultado de procesos de innovación y eficiencia productiva que benefician a los consumidores más que del uso de medidas anticompetitivas que restringen la entrada a la industria. La dimensión de la empresa y su poder de mercado son reflejo de una necesidad estratégica ante los cambios tecnológicos y la globalización de los mercados.

EXECUTIVE SUMMARY

I argue that the regulation of industry needs to take into account the causes of the consolidation of the sector rather than be done automatically when few firms control a large percentage of the market. Such control may reflect processes of innovation and productive efficiency, which benefit consumers, rather than the use of anti-competitive measures to prevent new entrants in the industry. For this reason, I defend the size of the firm and its market power when they reflect a strategic need in reaction to globalization processes and technological changes.



sostienen que las empresas difieren en su dotación de recursos y capacidades, de forma tal que una empresa puede tener acceso a una función de producción sin que sus competidores tengan por qué tener acceso a ella (Wernerfelt, 1984). Más recientemente, Gertner, Scharfstein y Stein (1994) y Stein (2002) afirman que la naturaleza de los mercados de capitales internos de las empresas -su lado oscuro- puede justificar la existencia de diferentes realidades empresariales por la internalización o no de actividades o la configuración de su cartera de negocios. Es decir, las empresas tienen funciones de producción muy diferentes, difieren en sus “tecnologías de innovación” o en los nuevos productos que son capaces de generar dados unos activos y recursos de I+D y presentan diferentes configuraciones de actividades y negocios. Esto, sin duda, tiene importantes implicaciones para comprender

la dinámica de la competencia y para evitar considerar el origen de las rentas empresariales como consecuencia de la estructura de mercado y no fruto de la innovación, de la diferenciación, de la dinámica empresarial.

La concentración empresarial varía, pues, entre sectores y es el resultado de múltiples factores. Los procesos de innovación tecnológica cambian el sistema productivo de la empresa, llevando a la desintegración vertical. Esto está favorecido por desarrollos en otras tecnologías

como las de información y las de transporte que permiten la coordinación de actividades dispersas y favorecen la operación de empresas de mayor tamaño. Además, el cambio de las dinámicas de competencia entre empresas requiere en muchos casos no sólo que aumente del tamaño de la empresa para beneficiarse de economías de escala y producir de forma eficiente sino, sobre todo, el adquirir un tamaño mínimo vinculado a las exigencias de la I+D, la gestión de marcas, redes de distribución, para competir en una economía global.

La concentración de la industria se produce por procesos de crecimiento orgánico. Una empresa puede crecer más que los competidores como reflejo de una mayor competitividad o mayor capacidad innovadora; o por procesos de inversiones que se benefician de monopolios naturales, o por la regulación de la industria, donde el Gobierno establece un número limitado de licencias o permisos para operar que limitan la entrada de nuevos competidores, o a través de fusiones y adquisiciones buscando, más que supuestas economías de escala y alcance, facilitar la reestructuración empresarial, reducir el exceso de capacidad productiva de muchos sectores.

98 *La concentración empresarial varía entre sectores y es el resultado de múltiples factores. Los procesos de innovación tecnológica cambian el sistema productivo de la empresa*

La concentración sectorial y las prácticas anticompetitivas

El proceso de consolidación sectorial y la reducción del número de empresas que operan en un sector reducen la competencia entre empresas, facilita la influencia sobre las acciones de los competidores, bien a través de acuerdos colusivos, amenazas creíbles de represalias, con el desarrollo de una competencia directa entre empresas con “vendettas” y cruzadas personales (Jacquemin y Slade, 1989).

Las empresas en los mercados pasan de competencia más o menos perfecta -las acciones individuales tienen un pequeño efecto sobre el conjunto- hacia la competencia oligopolista -las acciones individuales tienen un efecto sobre el conjunto, tanto pura (competidores de tamaño similar) como mixta (líderes y seguidores o jugadores de nicho)-. La empresa pasa de pensar sólo en sí misma a pensar en el impacto que sus decisiones -precios, inversiones- pueden tener en otras empresas, o incluso, sobre el sector.

Las empresas tienden a convertirse o bien en *leader*, con capacidad para influir en las acciones de otras empresas y emprender represalias si fuera necesario, o en competidores marginales de nicho, demasiado pequeñas para que sean apreciadas o reciban represalias de grandes empresas por miedo a iniciar un comportamiento competitivo con otras grandes empresas. El proceso de concentración sectorial facilita el establecimiento de ventajas de primer entrante para aquellas empresas que llegan a ser dominantes, capacitándolas para establecer “camino de competencia”, estándares en productos y desarrollar colusiones tácitas.

En ese entorno surgen voces que demandan una acción más activa de las agencias de defensa de la competencia en Bruselas o en Madrid con la finalidad de limitar los potenciales riesgos de la posición de dominio de mercado que encierran los procesos de consolidación sectorial.

Una empresa tiene posición de dominio cuando tiene poder de mercado para actuar sin considerar el comportamiento de los rivales o de los consumidores. Los dos elementos sobre los que gira esta posición de poder de mercado son una elevada y estable cuota de mercado, y la independencia de comportamiento, que se refleja en la fijación de un precio sustancialmente superior al que se fijaría en un mercado competitivo sin perder por ello una cantidad relevante de clientes. En general, los gobiernos no prohíben las situaciones de dominio de mercado, sólo la explotación abusiva de las mismas (Auerbach, 1988; Fernández Ordóñez, 2000).

Ante los procesos de consolidación sectorial, con situaciones de poder de mercado, se debe evitar aplicar un análisis tradicional o estático (Evans y Schmalensee, 2001), basado en cuotas de mercado y en la capacidad de determinación de precios, sin analizar las bases de tales hechos. La cuota de mercado no es un indicador fiable del poder de mercado en los sectores de nuevas tecnologías o sometidos a cambios tecnológicos radicales o de empresas con fuertes componentes de intangibles en sus activos, ya

PALABRAS CLAVE

Consolidación sectorial, cuota de mercado, poder de mercado, efecto empresa, acuerdos colusivos, barreras de entrada, innovación, liderazgo tecnológico, estándares tecnológicos, dinámica competitiva.

KEY WORDS

Sectorial Consolidation, market share, market power, collusion deals, entry barriers, innovation, technological leadership, technological standards, competitive dynamic.



que no refleja las limitaciones a las que puede estar sometida la empresa y la temporalidad de la elevada cuota de mercado.

Para analizar el poder de mercado se considera más aconsejable analizar variables como la posesión de derechos de propiedad intelectual que puedan limitar la innovación radical en un futuro, la existencia de barreras de entrada, acuerdos colusivos o la búsqueda del “campeón nacional”. Una empresa líder en un mercado tecnológico tiene incentivos para utilizar su poder de mercado para intentar controlar y explotar el cambio tecnológico a su favor, y así preservar su posición privilegiada. El efecto de la explotación del poder de mercado dentro de las nuevas tecnologías es la ralentización de la innovación y la desincentivación de la creación empresarial. Otra variable a considerar son las barreras de entrada que suponen las redes construidas sobre estándares, la capacidad para restringir la distribución de los productos de la competencia. Además, están los acuerdos colusivos, tácitos o explícitos, que se facilitan por la información sobre mercados y competidores, por un número reducido de agentes, por la existencia de amenazas creíbles que resten incentivos para engañar a los que desarrollan los acuerdos y cuyo éxito está unido a los resultados esperables de los mismos.

Finalmente, se deben mencionar las barreras de entrada buscadas con apoyo del poder político, por supuesto razones socio-políticas, para apoyar a determinados grupos o espacios. Dentro de la Unión Europea, algunos países alientan la protección de sus mercados (con múltiples sistemas para aplazar el logro del mercado doméstico europeo) y la búsqueda de un “campeón nacional” (promoviendo fusiones entre empresas domésticas) para preservar los activos en manos nacionales y el denominado “efecto sede”. Hecho que se refuerza con los nombres dados a las empresas que reflejan su carácter nacional (EDF, EDP, Deutsche Telekom, France Telecom, etc.) que se quieren ver como defensores de supuestos intereses generales.

Una visión alternativa: la innovación y los daños de la intervención

Antes de cualquier valoración o juicio sobre los procesos de consolidación sectorial es necesario considerar el origen de los mismos, dado que en muchos casos la cuota relevante del mercado se crea y mantiene como consecuencia de la eficiencia, la innovación y el dinamismo empresarial. La innovación implica la existencia de rivalidad entre empresas por la obtención de mercados y clientes (Auerbach, 1988). La inexistencia de rivalidad implica la pérdida de eficiencia, la disminución de la presión para el cambio y la reducción de costes (Motta, 1994). Asimismo, la inexistencia de rivalidad pone en entredicho la libertad real de elección del consumidor (Fernández Ordóñez, 2000).

La mejora de la eficiencia empresarial -caídas de costes- permite aumentar cuota de mercado a expensas de las empresas ineficientes. A su vez la acumulación de producción tiene sus efectos positivos sobre la eficiencia a través del denominado efecto experiencia, más relevante en la empresa que en el sector. Este objetivo de mejora de la eficiencia exige, muchas veces, el recurso a la concentración empresarial por medio de fusiones y adquisiciones. En estos casos las ganancias de eficiencia no tienen como base las economías de escala -irrelevantes en la mayoría de los casos- y de alcance -la puesta en común de recursos- de difícil consecución, sino en cuanto permiten: a) disponer de activos complementarios, no siempre fáciles de alcanzar, para facilitar el crecimiento de la empresa -hecho que se hace necesario ante los grandes espacios económicos (UE, NAFTA) que conllevan exigencias de dimensión-; b) facilitar los procesos de reestructuración empresarial; y c) racionalizar excesos de capacidad del sector. En la "vieja Europa" ante las barreras de salida de los negocios y las dificultades de reestructuración empresarial las fusiones y adquisiciones son un medio que hace posible la aceptación socio-política y sindical para llevar a cabo procesos de reestructuración empresarial y reducir el exceso de capacidad en un sector, ante *shocks* tecnológicos, regulatorios y ante los fallos de los mecanismos internos de ajuste (Jensen, 1993; Mitchell y Mulherin, 1996).

Por su parte, el dinamismo empresarial implica la consiguiente salida de los ineficientes del mercado (una competencia en precios más fuerte conduce a una estructura de equilibrio más concentrada). Una coordinación de precios y liderazgo "no agresivo" puede mantener una estructura sectorial más frangmentada. ¿Buscamos mantener ineficientes para que no se tengan tentaciones de abuso de poder?. Suelen ser estos últimos, en muchos casos, los que demandan la intervención pública del regulador. El crecimiento de la empresa es consecuencia de la propia función empresarial (*entrepreneurship*) típica de las empresas jóvenes y pequeñas, o de la existencia de capacidades directivas excedentarias que a través de fusiones y adquisiciones, reemplazan la mala dirección y, por ello, incentivan una gestión más eficiente de los activos. Las fusiones y adquisiciones implican el despertar de la ineficiencia y ver las capacidades directivas relativas como explicación de la mejora de la eficiencia de la empresa. Cuando el adquirente es más eficiente en el uso de los activos implica creación de valor en la empresa y mejora del bienestar (Makismovic y Phillips, 2001). De otro lado, los procesos de consolidación sectorial están unidos a la

El crecimiento de la empresa es consecuencia de la propia función empresarial típica de las empresas o de la existencia de capacidades directivas excedentarias que a través de fusiones y adquisiciones reemplazan la mala dirección

El concepto de liderazgo tecnológico dividido es consecuencia de la existencia de varias empresas diferentes que suministran los componentes, elementos o niveles clave de una plataforma tecnológica

102

innovación que implica una posición de dominio temporal tolerable en el corto plazo, al permitir eficiencia y crecimiento (destrucción creadora) (Schumpeter, 1942). El hecho de que las empresas líderes disfruten de un significativo poder de mercado durante un tiempo, no significa que esta posición pueda perpetuarse: la dinámica innovadora de estos mercados creará nuevas carreras por el establecimiento de una nueva innovación,

de un nuevo estándar que minarán las posiciones de dominio. Evans y Schmalensee (2001) no consideran que este funcionamiento del mercado sea perjudicial para los consumidores, ya que éstos se verán beneficiados por la innovación y la mejora de los productos. La pérdida de rentas durante el período de consolidación de una innovación es el precio que deben pagar los consumidores por la innovación; la obtención temporal de poder de mercado por parte del líder tecnológico es condición necesaria para que se produzca innovación en estos mercados.

Finalmente, en muchos procesos industriales

basados en la arquitectura de plataformas y componentes se ha generado un liderazgo tecnológico dividido. El concepto de liderazgo tecnológico dividido es consecuencia de la existencia de varias empresas diferentes que suministran los componentes, elementos o niveles clave de una plataforma tecnológica (procesadores Intel, el de sistemas operativos, el de aplicaciones cuasi universales, Office, por ejemplo; y el de sistemas operativos de red, dominados todos ellos por Microsoft (Bresnahan y Greenstein, 1999) o para la elaboración de un producto o prestación de un servicio.

El liderazgo tecnológico dividido desencadena la competencia en los distintos niveles de una plataforma bien porque empresas situadas en un nivel entran en otro nivel o favorecen la entrada de nuevos “jugadores”, o bien porque se difuminan las fronteras existentes entre elementos o productos o porque puede facilitar el desarrollo de nuevos productos. Además lo propio de la empresa dinámica es la búsqueda de la diferenciación, con base en los intangibles que posee, imagen, marcas, saber hacer, en general recursos y capacidades difícilmente comercializables, que tratan de limitar la competencia en los mercados.

Algunos datos

La relevancia del proceso de consolidación sectorial se puede ver con unos simples datos tomando como base la capitalización bursátil y analizando el peso de las cinco mayores empresas. La figura 1 ilustra la concentración del sectores seleccionados a 30 de septiembre de 2003. Son datos indicativos de la concentración sectorial, dado que se usa el valor

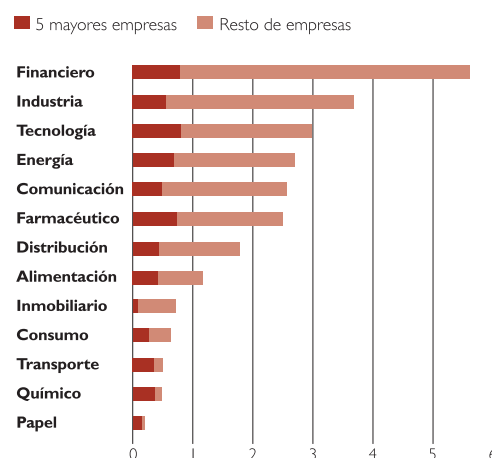
de la capitalización como indicador de la importancia de la empresa en el valor de la producción, no se consideran empresas que no cotizan en los mercados de capitales, ni las empresas multinegocio, lo cual distorsiona su peso en los sectores en función de su adscripción a uno determinado. En términos medios, las cinco empresas más grandes controlan el 25% de la capitalización de cada industria. Sorprendentemente, el sector más concentrado es el de productos de consumo, donde las cinco mayores empresas controlan el 42% de la capitalización de mercado; Procter & Gamble, la mayor empresa de productos de consumo, representa casi el 20% de la capitalización del sector. Le siguen, en orden descendiente de concentración, el sector de alimentación con una concentración del 36%, y el de transporte con un 30%. El dato relevante es que aquellos sectores que suelen estar bajo una mayor regulación, como el sector financiero o las comunicaciones, tienen un nivel de concentración menor que sectores no regulados, como son el tecnológico o la distribución. Quizás consecuencia de las intervenciones públicas en defensa de los “campeones nacionales”. Es más, existe mucha variación entre los sectores tradicionalmente regulados. Por ejemplo, las cinco mayores empresas en el sector de energía representan el 25% de la capitalización, mientras que en el sector financiero este dato es de sólo un 14%. Y lo mismo ocurre con los sectores menos regulados. Por ejemplo, mientras que la medida de concentración en el sector de productos de consumo es del 42%, en los sectores industriales es de sólo el 15%. En resumen, existe mucha variedad en la concentración de los sectores, sean estos regulados o no, debiendo considerar como relevante el “efecto empresa”.

Como complemento a esto, podemos analizar el cambio dinámico en la concentración de la industria en un sector muy afectado por la innovación como es el tecnológico. La figura 2 ilustra las diferencias en los líderes del sector entre 1990 y el 2003. Mientras que en 1990 aparecían siete empresas japonesas entre las diez mayores en septiembre del 2003 sólo había una (Canon). Además, aparece una empresa europea (Nokia) y otra coreana (Samsung) entre las diez mayores. El resto son de origen estadounidense. Solo IBM, Microsoft, y Hewlett-Packard aparecen en ambas listas. Esto ilustra que la innovación y los procesos de competencia no están reñidos con una elevada concentración del sector (la concentración en este sector es del 27%). Una elevada cuota de mercado o un gran tamaño no garantiza la supervivencia de la empresa.



Figura 1

Capitalización del mercado. Concentración sectorial.
Miles de millones de dólares.

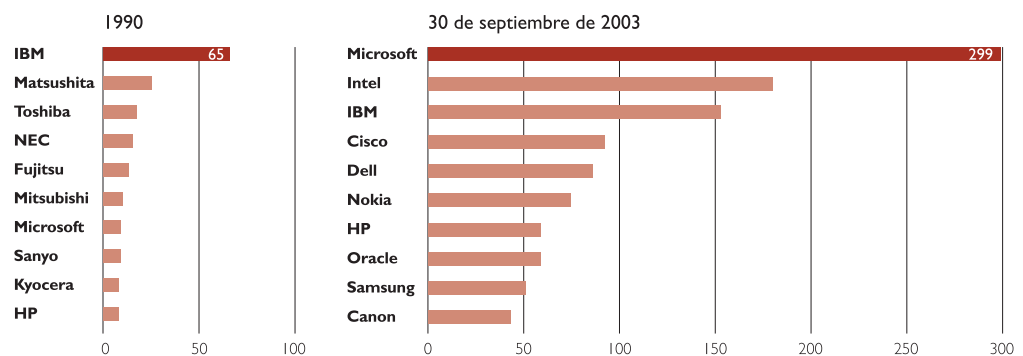


Fuente: Goldman Sachs, basado en datos de Thompson Financial Securities Data.

DINÁMICA EMPRESARIAL Y CONSOLIDACIÓN SECTORIAL

Figura 2

El sector tecnológico. Antes y ahora. Capitalización del mercado.
Miles de millones de dólares.



Fuente: Goldman Sachs, basado en datos de Thompson Financial Securities Data.

Conclusiones

En vez de utilizar las cuotas de mercado como indicador de poder de mercado y actuar sobre las empresas para limitarlo se debe centrar la atención en las barreras de entrada y salida en los negocios, las barreras a la imitación, y en los estándares tecnológicos que condicionen la innovación. Igualmente, se olvida que los acuerdos de colusión -en muchos casos denominados de cooperación- y las barreras de entrada a los mercados se tratan de justificar por intereses "nacionales y comunitarios" y son indicios más innegables de abuso.

Por el contrario, en muchos casos, la cuota de mercado relevante se crea y se mantiene como consecuencia de la eficiencia, la innovación y el dinamismo empresarial, con la subsiguiente salida del mercado de los ineficientes;

hechos que no pueden considerarse como contrarios a la competencia. Con estas bases una posición de dominio temporal no significa que ésta pueda perpetuarse, la dinámica innovadora crea incentivos para una nueva innovación, un nuevo estándar que mina las posiciones de dominio. Además los liderazgos tecnológicos divididos, los sistemas productivos basados en la arquitectura de plataformas y de componentes así como la relevancia de los intangibles de la empresas hacen que este poder de mercado esté abierto a nuevos entrantes y tiene como fuente la creación empresarial.

En muchos casos la cuota de mercado relevante se crea y se mantiene como consecuencia de la eficiencia, la innovación y el dinamismo empresarial, con la subsiguiente salida del mercado de los ineficientes

Bibliografía

- AUERBACH, P. (1988). *Competition. The Economics of Industrial Change*, Basil Blackwell, Oxford.
- BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M. (2000). *Economics of Strategy*. Wiley, Nueva York, Segunda edición.
- BRESNAHAN, T.F.; GREENSTEIN, S. (1999). "Technological Competition and the Structure of the Computer Industry", *Journal of Industrial Economics*, vol.4, nº 1, pp. 1-40.
- CAVES, R.E. (1980). "Industrial Organization, Corporate Strategy and Structure", *Journal of Economics Literature*, vol. 18, pp. 64-92.
- COCKBURN, I.; HENDERSON, R.; STERN, S. (2000). "Untangling the Origins of Competitive Advantage", *Strategic Management Journal*, vol. 21, pp. 1123-1145.
- EVANS, D.S.; SCHMALENSEE, R. (2001). "Some Economic Aspects of Antitrust Analysis in Dynamically Competitive Industries", NBER Working Paper, nº 8268.
- FERNÁNDEZ ORDÓÑEZ, M.A. (2000). *La Competencia*. Alianza Editorial, Madrid.
- GERTNER, R.; SCHARFSTEIN, D.; STEIN, J. (1994). "Internal vs. External Capital Markets", *Quarterly Journal of Economics*, vol. 109, nº 4, pp. 1211-1230.
- GHEMAWAT, P. (1991). *Commitment: The Dynamics of Strategy*, Free Press, New York.
- JACQUEMIN, A.; SLADE, M.E. (1989). "Cartels, Colusion and Horizotal Mergers", en R. Schmalensee y R.D. Willing (Eds.): *Handbook of Industrial Organization*, vol 1, capítulo 7, pp. 415-470. Amsterdam, Holanda.
- JENSEN, M.C. (1993). "The Modern Industrial Revolution, Exit, and the Failure of Internal Control Systems", *Journal of Finance*, vol. 68, 831-880.
- MAKSIMOVIC, V.; PHILLIPS, G. (2001). "The Market for Corporate Assets: Who Engages in Mergers and Asset Sales and are there Efficiency Gains?", *Journal of Finance*, vol. 56, pp. 2019-2065.
- MITCHELL, M.; MULHERIN, H. (1996). "The Impact of Industry Shocks on Takeover and Restructuring Activity", *Journal of Financial Economics*, pp. 193-229.
- MOTTA, M. (1994). "-In Medio virtus- El alcance de la política de la competencia en una estructura mercadoendógena", *Cuadernos Económicos de ICE*, número 57, pp. 31-46, Madrid.
- NELSON, R.; WINTER, S. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Harvard University Press, Cambridge.
- SCHUMPETER (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*, Harper & Brothers, Nueva York.
- STEIN, J. (2002). "Agency, Information and Corporate Investment" en Costantinides, Milt Haris and René Stultz (Eds): *Handbook of The Economics of Finance*.
- WERNERFELT, B. (1984). "A Resource-based View of the Firm", *Strategic Management Journal*, vol. 5, nº 2, pp. 171-180.



Ilustración: AGE