

IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2011.

“Directorios cruzados, una alternativa para el estudio de la clase alta”.

Diego Paredes.

Cita:

Diego Paredes (2011). *“Directorios cruzados, una alternativa para el estudio de la clase alta”*. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/299>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Directorios cruzados, una alternativa para el estudio de la clase alta gerencial.

Diego A. Paredes

IIGG-UBA

diegoparedes_5@hotmail.com

Resumen:

El propósito de este trabajo es mostrar una alternativa de investigación para el estudio de la clase alta gerencial en Argentina en la actualidad.

Describimos los procedimientos metodológicos del análisis de redes sociales (ARS) para abordar el estudio de los directorios cruzados. El objetivo del trabajo será analizar la cúpula del poder económico en Argentina durante el año 2009, intentando identificar actores clave en el sistema económico (corporaciones) así como también entre aquellas personas que se desempeñan como directores. Este objetivo nos acercará al estudio de un sector social cuyo abordaje desde las ciencias sociales presenta ciertas dificultades.

Teniendo en cuenta el marco teórico para el estudio de la relación entre poder económico corporativo y constitución de la clase gerencial asumimos que cuando una persona trabaja en más de un directorio genera vínculos económico-sociales entre las empresas; éstos son interpretados como estrategias de control del poder económico y reproducción de clase.

La metodología empleada nos permite asumir que esos actores sociales, tanto por su rol directivo en las empresas principales como por las relaciones sociales que establecen entre los mismos, forman parte de la clase alta gerencial.

Palabras clave: estructura de clase - directorios cruzados - redes sociales - clase alta gerencial - poder económico.

Este trabajo aborda el estudio del sector que posee el control de los principales recursos económicos en Argentina. Desde la perspectiva de las redes sociales identificamos actores clave insertos en el proceso de toma de decisiones de las principales empresas que operan actualmente en nuestro país. El propósito es acercarnos al análisis de un sector social cuyo abordaje desde las ciencias sociales presenta ciertas dificultades.

Los datos que arrojan algunos estudios por encuesta, como es el caso de la encuesta del CEDOP-UBA (2007) llevada a cabo por el profesor Jorrat, nos permiten hacer una reconstrucción de la estructura de clase utilizando la ocupación de los encuestados como principal indicador. De esta manera, analizando los distintos estratos ocupacionales, nos aproximamos a conocer los aspectos principales sobre gran parte de la estructura de clase. Sin embargo, cuando nuestro foco se encuentra puesto sobre las clases altas estos

datos pueden resultar insuficientes. El tamaño de la base de datos nos impone una de las principales restricciones debido a que la fracción analizada involucra pocos casos.

La cantidad de casos no es la única restricción con la que nos encontramos. Podemos llegar a tener un problema de medición en tanto que los actores identificados a partir de la encuesta en los estratos ocupacionales más altos no estén reflejando a los sectores sociales con mayor poder económico en nuestro país.

Esto nos ha presentado un desafío metodológico, por lo tanto uno de los propósitos de este trabajo es mostrar una alternativa de investigación para el estudio de la clase alta, en este caso la clase gerencial compuesta por los directores de las principales empresas en Argentina.

El objetivo del presente artículo es analizar la cúpula del poder económico en Argentina durante el año 2009, intentando identificar actores clave en el sistema económico (corporaciones) así como también entre aquellas personas que se desempeñan como directores.

A partir del método de los directorios cruzados, el cual se encuadra dentro del análisis de redes sociales (ARS), identificamos la conformación una red compleja de relaciones dentro del mundo corporativo. Asumimos que cuando un director forma parte de más de una empresa genera vínculos entre las mismas, al conjunto de estas relaciones se lo denomina directorios cruzados.

Para llevar a cabo este estudio hemos identificando algunas de las principales empresas que operan actualmente en nuestro país. El ranking de ventas publicado por la Revista Mercado (2010¹) nos sirvió para seleccionar a gran parte de las firmas analizadas. Debido a que algunos bancos e instituciones financieras no venden sino que prestan servicios y obtienen sus ganancias en intereses e inversiones (Carroll y Fenema, 2004), las entidades de este tipo que no se encontraban incluidas en el ranking de ventas fueron seleccionadas por su pertenencia a dos agrupaciones bancarias, ADEBA y ABAPRA. Los directorios de estas dos últimas también forman parte de la base de datos junto con el directorio de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, la inclusión de estas tres entidades de segundo orden ha arrojado resultados más que interesantes.

¿POR QUÉ ESTUDIAR A LAS CORPORACIONES Y SUS DIRECTORES?

Desde la perspectiva de las clases sociales la distribución desigual de los recursos asume un papel principal. Siguiendo a Sautu (2011) podemos afirmar que “las relaciones de clase son básica y fundamentalmente relaciones de poder económico asimétricas, [para comprenderlas] es necesario centrarse en la distribución del poder económico, quiénes lo detentan y cómo” (p. 85).

Quiénes detentan el poder económico y cómo lo hacen son dos preguntas centrales en nuestro estudio. Creemos que abordando el análisis de los sectores que se apropian del excedente a partir del control de los recursos podremos descifrar algunas claves sobre la reproducción de la estructura de

clase. Es por ello que nos concentramos en el análisis de las corporaciones, entendiendo que “en la sociedad actual el locus del poder económico está en las corporaciones económicas” (Sautu, 2011: 85).

Por otro lado los directores pueden considerarse como perteneciendo a la clase alta gerencial ya que se encuentran insertos en el proceso de toma de decisiones del mundo corporativo. Si además tenemos en cuenta que nuestro estudio se basa en el análisis de las relaciones generadas a partir de la superposición de estas personas en distintos puestos de mando podemos asumir que ellos también cumplen la función de nexo entre las corporaciones más importantes.

Por último, la pregunta sobre el cómo nos lleva a pensar y analizar las estrategias de reproducción esgrimidas por las clases sociales, en este caso la clase alta. El aporte del presente trabajo con respecto a este eje se encuentra en la interpretación de los directorios cruzados, ya que creemos que la reproducción del poder económico encuentra en las interconexiones uno de los mecanismos que la hacen posible. De esta manera, analizado les redes entre empresas y directores como expresiones emergentes de la reproducción del poder de la clase alta de nuestro país intentamos acercarnos al estudio de la conformación y composición de la clase alta gerencial.

DIRECTORIOS CRUZADOS:

En el estudio del mundo corporativo desde la perspectiva de las redes sociales se asume que las empresas (así como la economía en su conjunto) se encuentran “incrustadas” en una estructura de relaciones sociales (Garnovetter, 1985).

Podemos mencionar básicamente dos enfoques de análisis en el estudio de los directorios cruzados, el organizacional y el intra-clase. El primero busca las causas de las interconexiones entre empresas concentrándose en el análisis de las motivaciones organizacionales, mientras que el segundo interpreta dichas interconexiones como lazos sociales entre los miembros de la clase alta (Mizuchi, 1996: 279).

En el enfoque organizacional existe una convergencia de modelos explicativos, uno de los más importantes es la teoría de la dependencia de recursos. Se asume que las interconexiones son indicadores de probables flujos de información, estrategias de negocios, recursos materiales y financieros, etc., en respuesta a la incertidumbre y restricción. Las empresas experimentan incertidumbre a la par de sus competidores dependiendo del grado de concentración que exista en la industria en que producen. Por otro lado se encuentran restringidas por compradores y proveedores dependiendo de la cantidad de industrias con las que realizan transacciones. Debido a que son las empresas más grandes las que generan incertidumbre hacia aquellas de menor tamaño las primeras son el blanco estratégico de interconexión de las empresas pequeñas. Teniendo esto en cuenta se puede decir que existe una relación entre el tamaño de la empresa y el número de interconexiones (Kono, Palmer, Friedland y Zafonte, 1998).

Otras dos explicaciones del fenómeno sostienen que una empresa se interconecta a otra como estrategia de cooptación o, por el contrario, monitoreo. Un ejemplo claro se da cuando una compañía financiera se interconecta con una firma no financiera altamente endeudada con la misma. Según la teoría de la cooptación será la empresa endeudada la que intente establecer el vínculo como una forma de asegurarse una fuente de financiamiento, mientras que desde el monitoreo se sostiene lo contrario, es la empresa financiera quién se interconecta con sus deudores para tener mayor control de sus inversiones.

Si bien los distintos estudios aplicados al análisis de directorios cruzados tienden a centrarse en uno u otro tipo de enfoque estos no son necesariamente excluyentes entre sí y pueden ser entendidos como formas parciales y complementarias de observar al mundo corporativo. En este sentido Mizruchi (1996) sostiene que los directorios cruzados reflejan tanto vínculos inter-organizacionales así como también intra-clase. Esto se debe a que si bien las interconexiones pueden ser creadas con motivos organizacionales terminan teniendo consecuencias a nivel personal. Según Sautu (2011) las estrategias empresariales de cooptación, monitoreo e intercambio de recursos, analizadas desde una perspectiva de clase, “se relacionan con la reproducción de las clases y los niveles de exclusión y cerramiento de la estructura de clase” (p. 93).

Teniendo esto en cuenta resulta válido preguntarse qué poseen los directores en común más allá de su participación compartida en una empresa determinada (Scott, 1991). Desde el enfoque intra-clase, la teoría de la hegemonía de clase sostiene que el poder es compartido dentro de un sistema de relaciones sociales (Koenig y Gogel, 1981). Las interconexiones entre directorios posibilitan espacios y momentos de interacción en diversas empresas, de esta manera propician el surgimiento de una cultura empresarial cimentada en la interacción directa y la confluencia de valores y creencias comunes. Esta cultura empresarial posee una función de control social que garantiza la reproducción de la clase. Asimismo socializa encauzando el comportamiento de los nuevos directores y reencauzando las acciones desviadas hacia un tipo de comportamiento empresarial unificado (Palmer, 1983). Los directorios de las empresas al interconectarse conforman un colectivo, es decir, una red de afiliación que funciona potencialmente (en alta probabilidad) como un aparato de administración corporativa. A la vez este colectivo puede interpretarse como una forma de auto-organización ya que los directores son los gerentes creadores del sistema normativo (reglas, procedimientos y prácticas consuetudinarias) sobre las cuales funcionan las corporaciones (Alexander, 2003).

Algunos estudios afirman que la posición de un director dentro de la red de directorios cruzados se encuentra altamente correlacionada con su posición en otras redes sociales, como por ejemplo aquellas que pueden darse por la co-membresía de los mismos en clubes sociales de la elite (Palmer, 1983).

Por último, en la línea de los trabajos llevados a cabo por Carroll y Fennema (2002; 2004; 2006), Kentor y Jang (2004; 2006), y Nollert 2005 (todos citados en Staples, 2006) se asume que los directorios cruzados entre empresas de distintos países (generados básicamente por las empresas transnacionales) han dado origen al surgimiento de una clase capitalista transnacional.

TRABAJANDO CON REDES SOCIALES:

En la elaboración de una tipología de los distintos tipos de análisis del mundo corporativo Scott (1991) entrecruza las unidades de análisis (entre las que se encuentran empresas y personas) con los tipos de relaciones que pueden surgir en ese ámbito (relaciones que se dan a nivel personal, capital y comercial).

En el caso del presente trabajo nos enfrentamos a este dilema. Por un lado nuestras unidades de análisis son dos, las empresas y los directores mientras que el tipo de relación, es decir el nexo entre ambas, es de carácter personal. Al mencionar las relaciones personales Scott apunta a aquellas que conectan directamente a las personas o que involucran el intercambio de personal resaltando que las más relevantes en el mundo de los negocios son las relaciones de parentesco entre personas involucradas en varias corporaciones así como también los directorios cruzados. Este último tipo de relación es lo que nos interesa estudiar en particular. Las herramientas de análisis que utilizamos provienen del ARS. Entendemos por red social al “conjunto de puntos (actores sociales) vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades” (Requena Santos, 1989).

PROCESAMIENTO DE LOS DATOS:

En el estudio de las redes sociales la forma en que los datos son procesados difiere al procesamiento que reciben otros datos cuantitativos, un ejemplo claro es el de los estudios por encuesta. En estos últimos se utilizan matrices de datos en cuyas celdas se colocan los distintos valores que asumen las variables que caracterizan a las unidades de análisis. En el ARS no son los atributos de las unidades de análisis lo que nos interesa analizar (al menos no principalmente) sino las relaciones entre las mismas, esto se ve reflejado en la matriz de datos. Sin embargo los directorios cruzados representan un tipo particular de red. Comúnmente encontramos estudios enfocados en análisis de tipo “quién conoce a quién”, “quién es amigo de quién”, “quién trabaja con quién”, etc. Este tipo de dato se procesa en lo que se denomina matriz de modo-1. Allí tanto en las filas como en las columnas se presentan las mismas unidades de análisis (nodos), mientras que en las celdas podemos observar las relaciones entre las mismas. En cambio, los directorios cruzados conforman matrices de modo-2, esto quiere decir que los nodos de las columnas no coinciden con los de las filas ya que trabajamos con directores y empresas. En este caso nos interesa analizar qué director se encuentra “afiliado a” una empresa determinada, por lo tanto las relaciones entre directores y empresas se denominan afiliaciones.

Para establecer un ejemplo veamos un pequeño extracto de nuestra matriz de datos. Puntualizamos aquí el caso de dos directores y tres empresas:

Cuadro 1: matriz de modo-2. Directores y empresas. Argentina (2009).

Directores	Empresas		
	Bco. de Galicia y Buenos Aires S.A.	Grupo Financ. Galicia S.A.	Imp. y Exp. de la Patagonia
Federico B.	0	1	1
Antonio R. G.	1	1	0

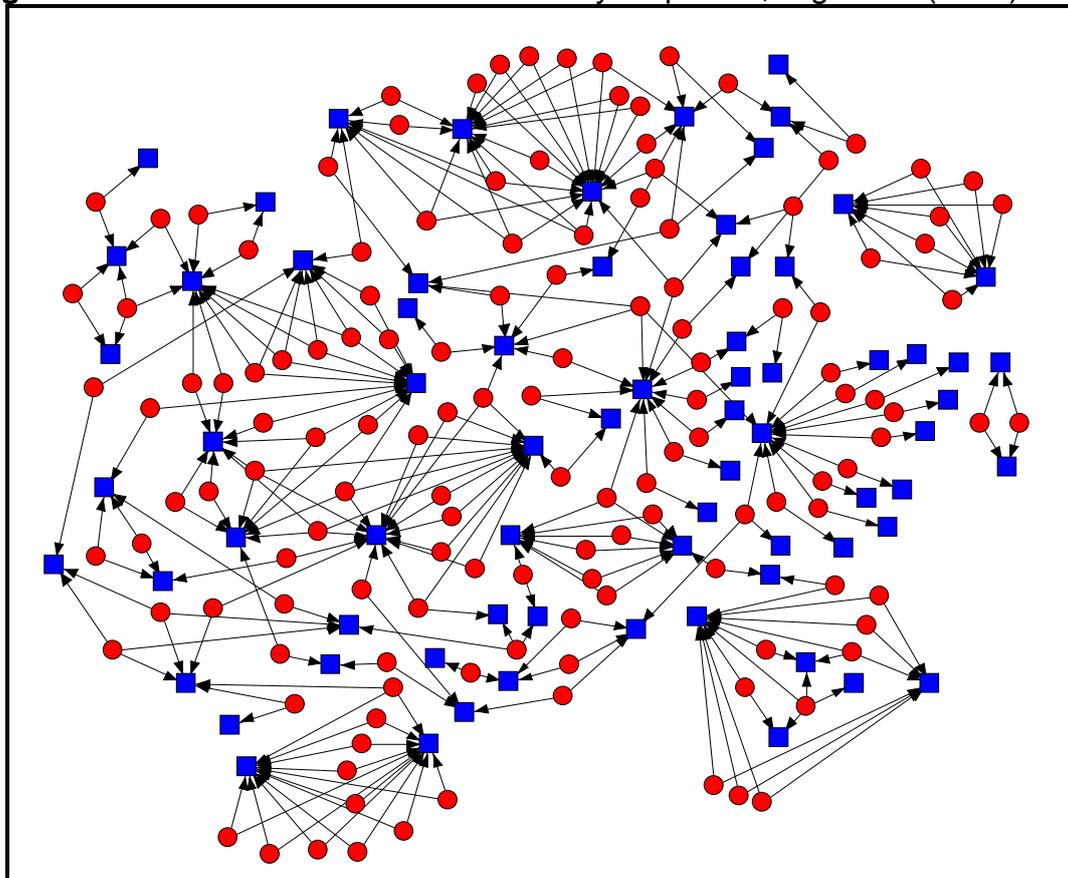
Fuente: elaboración propia.

Podemos apreciar en el cuadro 1 para qué empresas trabajan (y para cuáles no) los dos directores seleccionados. El código 1 representa la existencia de afiliación mientras que el cero su ausencia. Por lo que observamos Federico y Antonio son compañeros de trabajo en Grupo Financiero Galicia S.A.

Si bien resulta sumamente interesante trabajar con una matriz de modo-2 en el caso de los directorios cruzados también es posible transformarla en dos matrices de modo-1 y analizar cada una de ellas de manera separada. Es decir, si bien asumimos que la afiliación de un director a más de una empresa genera vínculos entre dos tipos de unidades de análisis a la vez podemos considerar las relaciones entre las empresas así como también las relaciones interpersonales entre los directores que trabajan para una misma empresa. Según Borgatti y Halgin (2010) “el propósito de recolectar datos de afiliación no [solo] es para entender el patrón de las conexiones entre dos conjuntos [de nodos], sino para entender el patrón de las conexiones dentro de uno de los conjuntos” (p. 4).

A continuación representamos de manera gráfica la red de afiliaciones completa, es decir entre todas las empresas y directores de nuestra matriz de datos:

Figura 1: Red de afiliación entre directores y empresas, Argentina (2009).



Nota: cuadrados azules: empresas; círculos rojos: directores
Fuente: elaboración propia.

Podemos apreciar que las empresas se encuentran representadas por los nodos azules mientras que los directores aparecen en rojo. El sentido o dirección de las flechas nos está indicando a qué empresas se encuentra afiliado cada uno de los directores.

CENTRALIDAD:

Es posible distinguir diferentes aspectos de las redes sociales así como también características de las interconexiones. Las redes sociales poseen “una estructura y una morfología propias, 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).

Podemos considerar diferencias entre los actores pertenecientes a una red determinada en base a las limitaciones y oportunidades surgidas de las distintas posiciones que ocupan los sujetos, estas determinan la posibilidad de acción (o acceso) que cada uno de ellos posee (Hanneman, 2000). Siendo que

no todas las posiciones son iguales entendemos que existen posiciones centrales y posiciones periféricas (Requena Santos, 1989). Por lo tanto la centralidad es considerada un indicador (Proxy) de posiciones de poder y prestigio. La misma puede ser medida por medio de un conjunto de algoritmos calculados sobre cada red en base a la posición de los nodos. Podemos mencionar tres medidas de centralidad, el rango o grado, la intermediación y el grado de cercanía. En este estudio trabajamos con la primera de ellas, esta refiere al número de conexiones directas que posee un nodo determinado (Molina, 2001).

A continuación nos abocamos al análisis de los datos. Este combina un doble enfoque. Primero nos centramos en el estudio de las corporaciones donde identificamos a las empresas más importantes. Los indicadores que tenemos en cuenta para considerar la importancia de una empresa son dos, la pertenencia a la red, es decir aquellas corporaciones que poseen directorios cruzados, y la centralidad gradual. Este último refiere solo a las empresas que se encuentran interconectadas.

Una vez que identificamos a las empresas más importantes nos adentramos en el análisis de los directores con el objetivo de identificar aquellos que pueden considerarse actores clave dentro de la clase gerencial. El primer indicador utilizado es la pertenencia al directorio de las empresas más importantes. Luego tenemos en cuenta dos indicadores más, la centralidad gradual de cada director y su pertenencia a subgrupos dentro de la red.

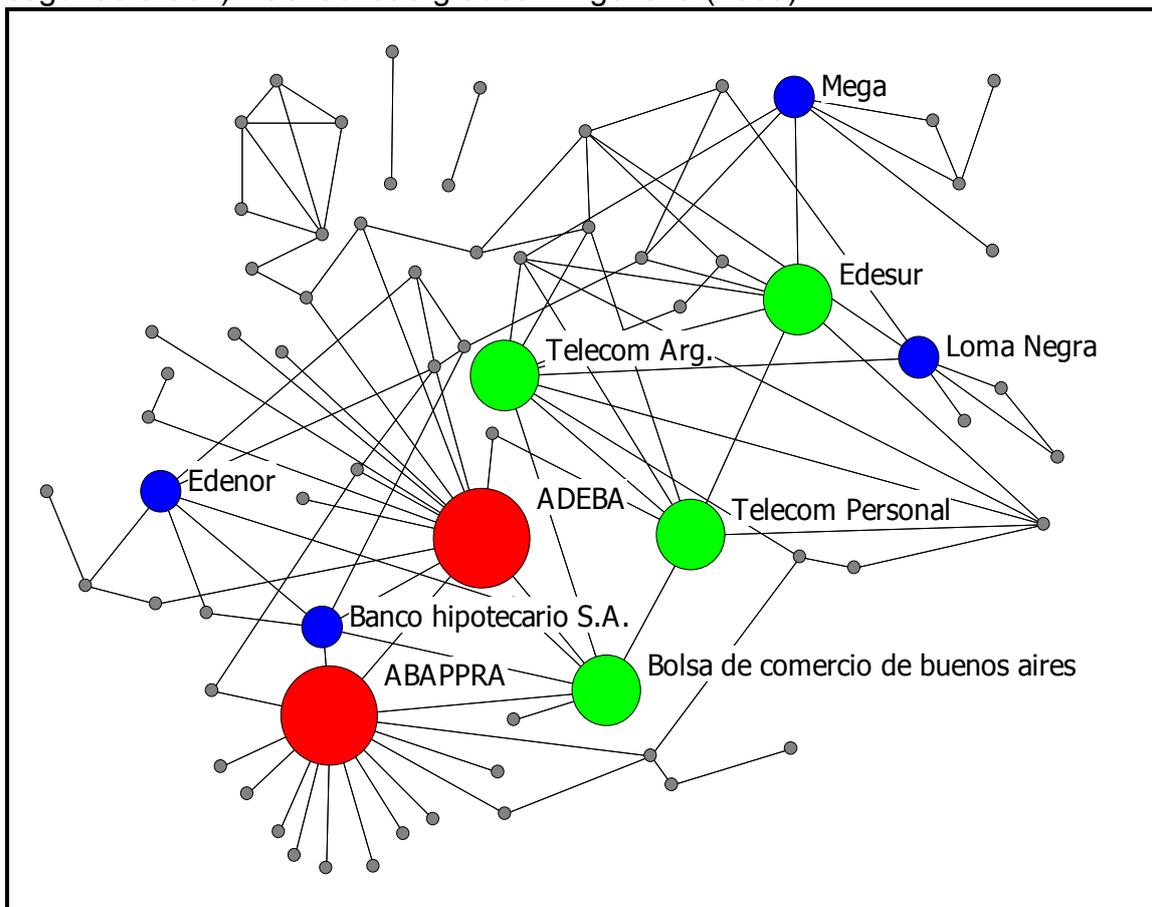
LAS EMPRESAS:

En el estudio de las empresas principales en Argentina encontramos que las interconexiones entre las mismas dan forma a una red compleja de relaciones, esta puede apreciarse en la figura 2. Sobre un total de 94 entidades son 71 (casi el 84 %) las que se encuentran interconectadas a través de sus directorios. La cantidad de directores que ensamblan dichas interconexiones es de 138ⁱⁱ.

En consonancia con el enfoque intra-clase, el cual nos habla sobre la hegemonía de clase, podemos interpretar la alta interconexión entre estas empresas como indicador del grado de cohesión que existe en la clase alta gerencial, ya que dichas relaciones se dan entre personas insertas en el proceso de toma de decisiones en las empresas principales.

Trabajando con la matriz de empresas (de modo-1) hemos analizado la cantidad de lazos directos que posee cada una de ellas como indicador de su centralidad, logrando identificar a las diez empresas más centrales. Como podemos observar en la figura 2 el corte fue establecido a partir de las seis interconexiones, de manera que las diez empresas con mayor grado de centralidad gradual poseen entre seis y más interconexiones directas.

Figura 2: Red de interconexión entre grandes empresas (y entidades de segundo orden) - Centralidad gradual. Argentina (2009).



Nota: nodos rojos (más de 10); nodos verdes (entre 7 y 9); nodos azules (6); nodos grises –resto de las empresas - (5 y menos).

Fuente: elaboración propia.

Habiendo establecido el corte a partir de los dos indicadores tratados nos encontramos ahora en condiciones de diferenciar a las empresas. Por lo tanto en el cuadro 1 observamos que aquellas empresas que caen en la celda A pertenecen a las empresas principales en Argentina pero no se encuentran interconectadas a otras por medio de sus directorios. Por otro lado, en la celda B se encuentran las empresas que pertenecen a las principales y a la vez están interconectadas a otras por medio de sus directorios, sin embargo poseen una centralidad gradual menor a 6. Por ultimo, la celda C corresponde a las empresas principales, interconectadas y con una centralidad gradual de 6 y más. En esta última celda caerán las 10 empresas señaladas anteriormente en la figura 2.

Cuadro 1: importancia en empresas pertenecientes a la que más venden en Argentina.

Perteneientes a la red		Centralidad gradual
No	Si	
A	B	- centrales*
	C	+ centrales**

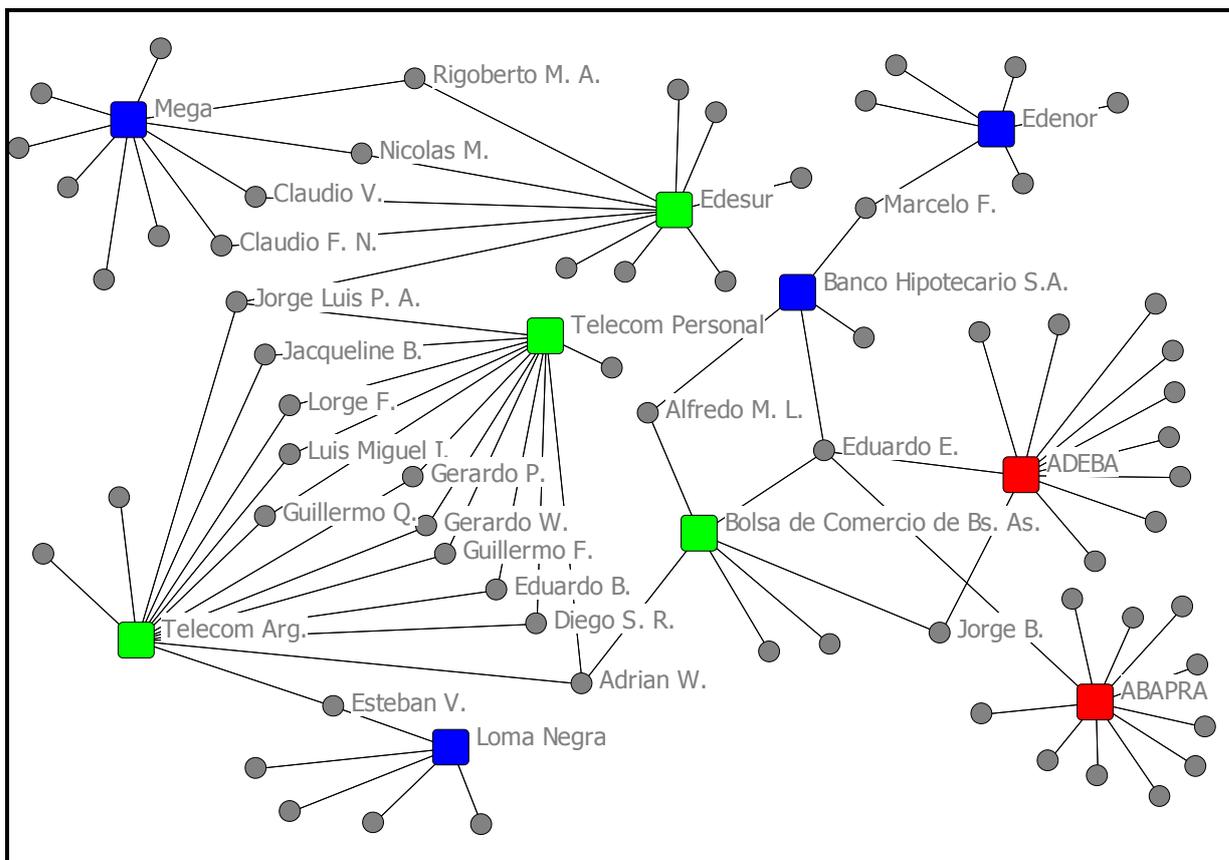
* 5 y menos / **6 y más.

No tendremos en cuenta a las empresas que pertenecen a la celda A, es decir aquellas que no poseen directorios cruzados. Esto se debe a que nuestro análisis se centra específicamente en las redes formadas por estos. Por otro lado, si bien el resto de las empresas se encuentran interconectadas, nos abocamos al análisis de los directores de las 10 empresas con mayor centralidad gradual. Además de su alta centralidad en la red de empresas estas concentran en sus directorios a 67 de los 138 directores que conforman la red.

LOS DIRECTORES:

Para identificar a los directores que trabajan en las empresas más centrales pasamos a trabajar con la red de afiliación (Matriz de modo-2). En la figura 3 observamos a los 67 los directores que interconectan a las diez empresas con mayor centralidad entre sí y con el resto de la red, estos representan casi el 49% del total de directores que componen la red completa. Por lo tanto estas 10 empresas concentran en sus directorios casi la mitad de los directores que interconectan una red compuesta por un total de 71 empresas.

Figura 3: Red de afiliación - Directores que interconectan a las diez empresas con mayor centralidad gradual. Argentina (2009).



Nota: ver el listado completo de directores en el anexo.

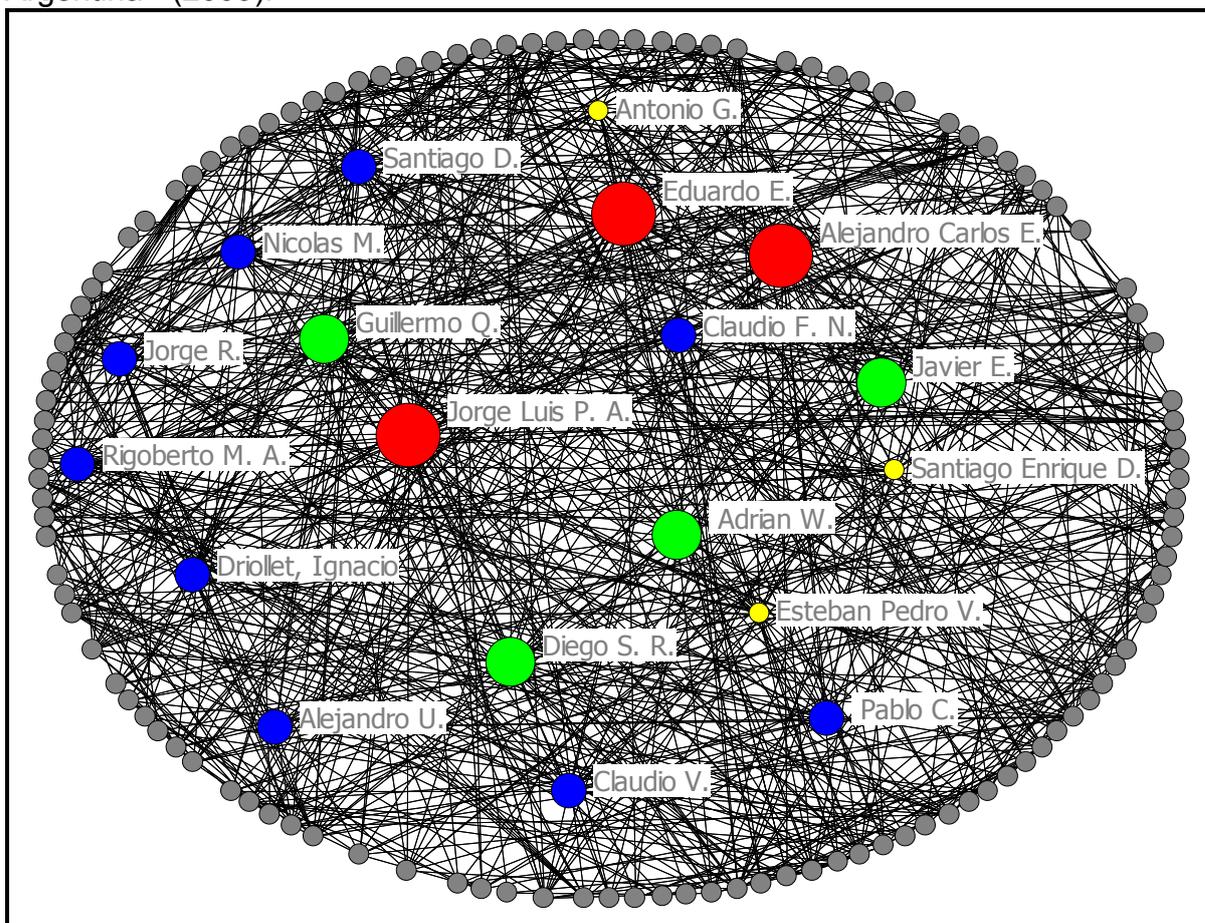
Fuente: elaboración propia.

ANÁLISIS DE CENTRALIDAD DENTRO DE LA RED DE DIRECTORES:

Para conocer cuáles son los directores más centrales pasamos a trabajar con la matriz de modo-1 de directores. Entendemos que la importancia y el poder de un director dentro de la clase gerencial se encuentra en relación con su posición en la red social de directores (Palmer, 1983). En tanto que aquellas personas que posean mayor cantidad de lazos directos con otras tendrán una mejor posición dentro de la red. Desde la teoría de la dependencia de recursos podemos afirmar que las posiciones centrales tienen mayor probabilidad para el intercambio de información y recursos materiales, los cual les confiere ciertas ventajas con respecto a las posiciones periféricas.

En la figura 4 hemos resaltado a los 19 directores con mayor cantidad de relaciones. El corte fue establecido a partir de las 15 interconexiones, es decir que podremos ver a lo 19 directores que poseen 15 y más interconexiones directas.

Figura 4: Red de interconexión entre directores - Centralidad gradual. Argentina - (2009).



Nota: nodos rojos (entre 25 y 27); nodos verdes (entre 10 y 22); nodos azules (18); nodos amarillos (entre 15 y 17); nodos grises – resto de los directores – (14 y menos).

Fuente: elaboración propia.

ANÁLISIS DE CLIQUES (MATRIZ DE MODO-1 / DIRECTORES).

A la hora de buscar actores clave dentro de una red social no solo las mediadas de centralidad son indicadores útiles. Podemos analizar las redes a partir de la búsqueda de agrupaciones o sub-conjuntos de actores al interior de la misma. Estos se denominan cliques y no representan cualquier tipo de subconjunto sino aquellos en los cuales sus miembros poseen todos los vínculos posibles entre ellos (Quiroga, 2003).

Sin embargo no son los cliques en si mismos lo que nos interesa analizar sino la superposición entre los ellos ya que esto nos indica cuáles son los directores que pertenecen a más de un clique.

En la red de directores existen 33 cliques con un tamaño que va desde los 3 a los 15 integrantes. Esto significa que la red completa se encuentra formada por estas 33 subestructuras.

Como ya mencionamos resulta interesante analizar la existencia de superposición o solapamiento entre los cliques para conocer a los miembros que los interconectan. Al igual que la centralidad, la cantidad de cliques a los que un director pertenece puede tomarse como indicador de posiciones de privilegio, ya que nos permite conocer a los actores con los grados de inserción más altos en la mayor cantidad de subgrupos dentro.

El grado de solapamiento entre cliques en la red de directores es bastante alto. Teniendo en cuenta que el solapamiento más alto en la red es de 5 cliques el corte que hemos establecido para diferenciar a los directores es a partir de su pertenencia a 3 cliques. Por lo tanto en la tabla 3 encontramos a aquellos directores que poseen una pertenencia de 3 a 5 cliques.

Tabla 3: Directores según pertenencia a cliques. Argentina (2009).

Director	Cantidad de cliques a los que pertenece
Santiago D.	5
Jorge Luís P. A.	
Guillermo Q.	
Diego S. R.	
Pedro Eugenio A.	4
Eduardo E.	
Claudio F. N.	
Rigoberto M. A.	
Nicolás M.	
Claudio V.	3
Mario Rafael B.	
Vito Sergio C.	
Pablo C.	
Betina D. C.	
Ignacio D.	
Javier E.	
Alejandro Carlos E.	
Matilde Carolina F.	
Antonio G.	
María Gabriela G.	
Alejandro M.	
Carlos R.	
Alejandro U.	
Adrián W.	
Resto de los directores	Menos de 3

Fuente: elaboración propia.

LOS DIRECTORES CLAVE:

La clasificación de los directores tiene en cuenta dos características de corte. En principio, como ya lo anticipamos, solo nos concentramos en los directorios cruzados, es decir aquellas personas que poseen puestos de mando en más de una de las empresas principales en Argentina. La segunda característica consiste en que una de esas empresas pertenezca a las diez más centrales dentro de la red de interconexión.

Luego hacia dentro de este grupo selecto de directores, como podemos ver en el cuadro 2, establecemos dos diferenciaciones más, la centralidad y su pertenencia a los cliques.

Cuadro 2: Directores que interconectan a las empresas 10 empresas más centrales

Centralidad gradual	Cantidad de cliques	
	3 y más cliques	Menos de 3 cliques
15 y más	++	- +
Menor a 15	+ -	--

Como vemos a continuación en el cuadro 3, 17 de los 22 directores con centralidad gradual de 15 y más pertenecen a tres y más cliques. Mientras que para el caso de aquellos directores con centralidad gradual menor a 15 la mayoría de ellos solo pertenecen a 2 cliques y menos.

Cuadro 3: Importancia en directores pertenecientes a las 10 empresas más centrales. Argentina (2009).

Directores clave	F	%
++	17	25,4
- + / + -	7	10,4
--	43	64,2
Total	67	100,0

Fuente: elaboración propia.

De los 67 directores solo el 10% cayeron en la categoría importancia media, por lo tanto el 80% restante se distribuye entre las categorías alta (25,4%) y baja (64,4%) lo que nos demuestra la relación existente entre los dos indicadores utilizados así como también entre los criterios de corte establecidos para cada uno de ellos.

COMENTARIOS FINALES:

Ante las dificultades metodológicas que se plantean en el estudio de la clase alta gerencial dentro del marco teórico de la estructura de clase, hemos propuesto una alternativa de análisis. Esta se basa en el estudio de directorios cruzados el cual se ubica dentro del análisis de redes sociales.

El solapamiento de los directores en los puestos de mando de las grandes empresas como evidencia empírica nos sugiere, en tanto investigadores sociales, asumir una interpretación teórica. Las premisas provenientes de los enfoques organizacional e intra-clase nos sirven de apoyo para pensar en las causas de dichas interconexiones. Sean tanto causas organizacionales como personales, estas nos permiten entender algunos aspectos fundamentales de la reproducción del poder económico entre las grandes empresas a partir de las relaciones establecidas entre las personas que toman las decisiones más importantes en ese ámbito.

Dentro de las empresas seleccionadas hemos encontrado un alto grado de interconexión. Esto no permite asumir la alta cohesión existente entre los distintos actores pertenecientes al mundo corporativo en Argentina, entre ellos los miembros de la clase alta gerencial.

Por último, la identificación de los actores clave dentro de estos procesos resulta significativa al propósito de acercarnos al estudio de la reproducción del poder económico y la clase alta gerencial. Este objetivo cobra mayor relevancia ante las dificultades metodológicas mencionadas para abordar a estos actores en el marco de una investigación.

BIBLIOGRAFÍA:

- Alexander, M. (2003): *Boardroom Networks among Australian Company Directors, 1976 and 1996*. Journal of Sociology, Vol. 39, No. 3, 231-251.
- Borgatti, S.P. y Halgin, D. (2010): "Analyzing Affiliation Networks". In Carrington, P. and Scott, J. (eds) *The Sage Handbook of Social Network Analysis*. Sage Publications. Disponible en: <http://www.linkscenter.org/publications.htm> [fecha de consulta: Mayo de 2011].
- 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.
- Garnovetter, M. (1985) *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*. Chicago, University of Chicago Press
- Hanneman, R. A. (2000): Introducción a los Métodos del Análisis de Redes Sociales. Departamento de Sociología de la Universidad de California Riverside. Disponible en: <http://revista-redes.rediris.es/webredes/taller.htm> - [fecha de consulta: Marzo de 2011].
- Koenig T. y Gogel R. (1981): Interlocking Corporate Directorships as a Social Network. American Journal of Economics and Sociology, Vol. 40, No. 1, pp. 37-50
- Kono, C., Palmer, D.; Friedland, R. y Zafonte, M. (1998): *Lost in space: the geography of corporate interlocking directorates*. AJS - Enero 1998, Vol. 103 N 4. 863-911.
- Molina, J. L. (2001): *Taller introductorio al análisis de redes sociales. Prácticas con Netminer y Pajek*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- Palmer, D. (1983): *Broken Ties: Interlocking Directorates and Intercorporate Coordination*. Administrative Science Quarterly, Vol. 28, No. 1, pp. 40-55.
- Mizruchi, M. S. (1996): What Do Interlocks Do?. An Analysis, Critique, and Assessment of Research on Interlocking Directorates. *Annual Review of Sociology*, Vol. 22. pp. 271-298.
- Paredes, D. (2010): Directorios cruzados: un estudio sobre la cúpula empresarial en la Argentina actual. En Trabajo y Sociedad (Universidad Nacional de Santiago del Estero) Vol. XV, N° 16.
- 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 Socia*". Reis N° 48 Octubre-Diciembre 1989.
- Sautu, R. (2011): *El Análisis de las Clases Sociales: teorías y metodologías*. Buenos Aires. Ediciones Luxemburg.
- Scott, J. (1991): *Networks Of Corporate Power: A Comparative Assessment*". Annual Review of Sociology. 1991. 17: 181-203.
- Staples, C. L. (2006): Board Interlocks and the Study of the Transnational Capitalist Class. Journal of world-systems research, xii, 309-319.

ⁱ Esta edición de Mercado nos presenta información sobre el desempeño de las empresas durante el año 2009. Por lo tanto es coherente con la base de directorios que hemos elaborado, la cual fue recogida durante ese mismo año.

ⁱⁱ Un análisis mas específico sobre las relaciones entre las empresas ha sido tratado en Paredes (2010).