
GRANDES GRUPOS EMPRESARIALES EN LA INDUSTRIA TRADICIONAL ESPAÑOLA

TOMÁS V. RUIZ CÉSPEDES

Universidad de Castilla-La Mancha

Una de las características que distinguen a las industrias tradicionales españolas de los demás sectores manufactureros es su elevado número de empresas, siendo una abrumadora mayoría de ellas de tamaño muy reducido.

La escasez de grandes empresas en estas actividades, además de explicar su menor productividad y menor competitividad internacional, explicaría también su baja concentración de oferta, de lo que podría derivarse un mayor grado de competencia en los mercados.

La realidad, sin embargo, muestra cómo en estas industrias y a lo largo de los últimos años han ido configurándose una serie de grupos empresariales de gran tamaño, con mayoría de capital español y un marcado carácter internacional, cuyas cifras consolidadas los sitúan a la cabeza en los mercados españoles y en posiciones no demasiado alejadas de los primeros lugares en Europa.

Su existencia, por tanto, modifica, al menos en parte, la visión clásica sobre la industria tradicional, a la vez que cuestiona a la empresa como unidad última de análisis. En este nuevo contexto, caracterizado por la cada vez más numerosa presencia de grupos em-

presariales de tamaño grande y mediano, en lugar de la empresa, debería ser el grupo empresarial el que se constituya como principal unidad de estudio.

Reconocida su importancia, en este artículo se examinan los procesos de formación de los grandes grupos pertenecientes a la industria tradicional española y sus consecuencias sobre la concentración de oferta, eficiencia y rentabilidad. Comienza con la exposición de las razones teóricas que justifican la creación y el crecimiento de los diferentes tipos de grupos empresariales, lo que permitirá estudiar, a continuación, la formación de los grandes grupos en la industria tradicional española.

Definidos, clasificados y caracterizados estos grupos, se examinan, posteriormente, sus efectos. Los cambios en la concentración de oferta, las alteraciones en los liderazgos y las modificaciones en las posiciones relativas en Europa son los primeros en ser estudiados. Luego, se analizan las consecuencias sobre

su propia eficiencia, comparada con la media del sector. Para, finalmente, ocuparnos de la evolución temporal de su rentabilidad, comprobando si la configuración como grupo empresarial y el mayor tamaño han ido o no acompañados de una mayor rentabilidad.

Aunque la configuración de los grandes grupos españoles se ha producido, fundamentalmente, a lo largo de la última década, el período temporal abarcado comprende desde el año 1975 hasta el 2002. Un horizonte temporal más amplio permitirá apreciar con mayor nitidez su gestación y los cambios que han provocado. Sobre todo, teniendo en cuenta que a finales de los años setenta termina un largo período de aislamiento y protección de la industria española.

GRUPOS EMPRESARIALES Y JUSTIFICANTES DE SU FORMACIÓN ↓

Las empresas de una economía no siempre son entidades independientes carentes de vínculos de propiedad entre sí. Con frecuencia, algunas empresas participan en el capital de otras dando lugar a grupos empresariales, que pueden estar constituidos jurídicamente (bajo las formas de holding o corporación financiera), o no. Un grupo de empresas, por tanto, puede definirse como la entidad constituida por la empresa matriz y aquellas en las que participa en su capital social, denominadas filiales. En este caso, la condición de filial tiene un sentido más amplio que la mera participación en el capital, ya que presupone la existencia de una relación de subordinación con la política de la empresa matriz.

En principio, la relación de subordinación se consigue cuando la participación en el capital es mayoritaria. Aunque, en sociedades donde el capital se encuentre muy repartido el control de la empresa puede adquirirse mediante una participación menor. Saber si una participación de capital por debajo de la mayoría permite o no el control de la empresa no siempre va a ser fácil, por lo que, en muchas ocasiones, tampoco podrán establecerse con precisión las empresas filiales del grupo. No obstante, para zanjar esta posible ambigüedad, se aceptará como criterio el que considera como filial únicamente a la empresa participada en un cincuenta por ciento como mínimo.

Básicamente, un grupo empresarial puede ser el resultado del crecimiento interno, manifestado en la creación de empresas nuevas, derivarse de fusiones o adquisiciones de otras ya establecidas, o ser fruto de un proceso que combine ambas formas. Desde la óptica de su alcance, la creación, compras o fusiones pueden limitarse a empresas de la misma industria (integración horizontal), extenderse a otras activas en mercados relacionados (integración vertical) o a empresas que operen en sectores no relaciona-

dos (diversificación de conglomerado). En cuanto a su dimensión geográfica, la formación y expansión del grupo puede estar centrada únicamente en el mercado nacional o tener miras más amplias buscando no sólo la internacionalización de las ventas sino también la de la producción.

Las razones que explican la creación de los grupos empresariales se clasifican, fundamentalmente, en financieras y estratégicas; distinguiéndose, a su vez, según que el alcance de las operaciones tenga un carácter horizontal, vertical o de conglomerado. Por lo general, los motivos financieros para crear, comprar o participar en empresas están relacionados con la diversificación de riesgos, sobre todo en los grupos que adoptan la forma de conglomerados diversificados.

En lo que se refiere a las razones estratégicas, las que subyacen en la formación de grupos integrados horizontalmente son, principalmente, la mejora de la eficiencia y el aumento del poder de mercado (1). La eficiencia aumentará cuando existan economías significativas vinculadas a un mayor tamaño, como las economías de escala, estáticas y dinámicas, y las economías de alcance (2). En cuanto al poder de mercado, la adquisición o el incremento de dicho poder permitirá separar los precios de sus respectivos costes marginales, así como ejercer cierto poder de monopsonio, traduciendo, esto último, en el pago de menores precios por los consumos intermedios utilizados.

Los motivos que conducen a la formación de un grupo integrado verticalmente entran también en las dos amplias categorías contempladas anteriormente, es decir, la búsqueda de eficiencia y la obtención de poder de mercado. A la realización de todo tipo de economías, se añaden, ahora, otras razones también de carácter tecnológico, que se fundamentan en las interdependencias de los procesos productivos y persiguen evitar los costes de transacción y de organización (3).

Por último, un grupo constituido por empresas que desarrollan su actividad en industrias no relacionadas entre sí tiene como objetivos fundamentales utilizar sus recursos (físicos, humanos e intangibles) con mayor eficiencia y reducir el riesgo, asegurando una alta rentabilidad al conjunto del grupo. Razones de economías de escala y de alcance, así como de poder de mercado, también están aquí presentes, aunque de forma más débil.

Si los objetivos se cumplen, los efectos de la constitución de grupos empresariales se reflejarán en una mejora de su eficiencia y la de las industrias en que operan, pero también en la posible deriva de la competencia hacia formas más imperfectas. Globalmente, estas imperfecciones se fundamentan en la

compleja y extensa red de relaciones entre empresas que crean los grupos, facilitando todo tipo de actuaciones coordinadas. En un plano más concreto, pueden proceder de la acción conjunta del aumento de la concentración de oferta y la elevación de las barreras de entrada (4). Como predicen los modelos teóricos basados en la teoría de juegos repetidos o el modelo clásico de Cournot, en mercados altamente concentrados y con altas barreras de entrada cabe esperar que predominen los comportamientos no competitivos.

En alguna medida, esta conclusión también viene avalada por los trabajos aplicados, que demuestran la existencia de una relación positiva entre la concentración y la rentabilidad. Aunque esta asociación puede deberse tanto a la eficiencia diferencial entre empresas como a la colusión entre los oferentes del mercado, las diferencias de eficiencia, como señalara Martin (1988), pueden ser, a su vez, el reflejo del poder de mercado ejercido por las empresas más eficientes. Estas empresas, al reducir su producción y separar los precios de los costes marginales, permiten que sobrevivan las empresas con costes más altos.

Sin duda, el principal obstáculo al que se debe hacer frente a la hora de medir la concentración se encuentra en la definición del mercado, sobre todo en entornos tan cambiantes como los actuales, caracterizados tanto por la rápida modificación y creación de bienes y servicios como por la ampliación de sus fronteras geográficas. En este sentido, es un hecho que la creciente liberalización del comercio internacional y la unificación de mercados nacionales, propiciada por los procesos de integración, han ampliado notablemente la dimensión geográfica de los mercados.

Desde esta perspectiva, y aunque existen otras vías, la proliferación de los grupos como forma de organización de las empresas habría perseguido lograr el suficiente tamaño para competir en pie de igualdad en los mercados internacionales (5). La consecución de este objetivo, por otro lado, explicaría por qué, en muchas ocasiones, la constitución de los grupos empresariales ha estado impulsada por sus propios gobiernos nacionales.

No obstante, aunque en algunas industrias la competencia actual es de ámbito europeo o incluso mundial, persisten un gran número de ellas en las que apenas ha habido cambios apreciables en lo que se refiere a sus límites geográficos. Las causas de esta inmovilidad se encuentran no sólo en la bien conocida relación entre los costes de transporte y precio del producto, sino también en características tales como las preferencias de los consumidores finales, la organización de la distribución, las estrategias de *marketing*, los impuestos, o la legislación, que, al variar entre países, determinan mercados de tamaño nacional o inferior a éste.

Así, centrándonos en las industrias tradicionales, objeto de este artículo, y de acuerdo con los informes emitidos por la Comisión Europea y el Tribunal de Defensa de la Competencia, los mercados comprendidos en los sectores de Alimentación y Bebidas, así como los del Cemento, Materiales de Construcción o Cartón Ondulado, entre otros, tienen, como máximo, una dimensión nacional (6).

Sobre los efectos de la formación de los grupos en las barreras de entrada, la teoría predice una elevación, fundamentalmente cuando las empresas se integran de forma vertical por razones de eficiencia (Clark, 1993). Bajo estas condiciones, se argumenta, una empresa que aspire a entrar en el mercado de forma no integrada tendría que soportar una desventaja absoluta en costes, arriesgándose, además, a ser objeto de discriminación en el suministro o en la venta de sus productos y a tener que soportar políticas agresivas de precios. Las condiciones de entrada no serían mejores si elige entrar de forma integrada, ya que, en este caso, necesitará una cantidad de capital mayor que la requerida en ausencia de estos grupos de empresas.

LOS GRUPOS EMPRESARIALES EN LA INDUSTRIA TRADICIONAL ESPAÑOLA †

En el año 2002, según las estadísticas elaboradas por las revistas Actualidad Económica y Fomento de la Producción, los grupos empresariales españoles de mayor tamaño desarrollaban su actividad preferentemente en los sectores del Refino de Petróleo, Energía, Telecomunicaciones, Construcción, Grandes Almacenes y Cadenas de Alimentación, y Fabricación de Automóviles. Intercalados entre ellos, no obstante, se observa también la presencia de CEMEX España, Aceralía, INDITEX, ACERINOX, Ebro Puleva, Agrolimen, Saint Gobain Cristalería o Roca, grupos, todos ellos, pertenecientes a la industria tradicional española.

Centrándonos en estos últimos, el cuadro 1 ofrece una relación de los de mayor tamaño, ordenados por sectores de actividad e industrias. Proporciona, además, información individualizada acerca de la procedencia nacional o extranjera de su capital social, el origen del grupo, la estrategia de crecimiento seguida, así como el tipo de relación existente entre filiales y matriz, distinguiendo entre vínculos horizontales, verticales o sin relación. Se añaden, también, diversos indicadores sobre su crecimiento, cuota de mercado y rentabilidad.

Como complemento, en el Anexo se encuentran breves reseñas de cada grupo, en la que se señalan, fundamentalmente, las principales empresas filiales, así como los hechos determinantes de su configuración actual.

CUADRO 1
PRINCIPALES GRUPOS EMPRESARIALES DE LA INDUSTRIA TRADICIONAL ESPAÑOLA

Sectores	Propiedad o control	Origen	Estrategia de crecimiento	Tipo de integración	Fundación	Ventas 2002 (mill. euros)	Cuota industria 2002, %	Crecimiento medio 1975-02, %	Rentab. financiera media 1997-02, %
ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS									
Cárnicas									
Campofrío Alimentación	Nac./Familiar	C. Campofrío	Externo	Horizontal	1952	1.426	10,1	8,4	12,9
Nutreco España	Extranjero	Nutreco Esp.	Externo	Diversificado Bajo	1994	1.360	9,7	17,3	11,4
Coren	Nacional	Coren Uteco	Interno	Vertical	1960	800	5,7	24,5	19,6
Corp. Alimentaria Guissona	Nacional	C.A. Guissona	Interno	Vertical	1959	686	4,9	13,3	9,9
Lácteos									
Danone España	Extranjero	Danone	Interno	Diversificado	1919	983	14,0	12,8	26,8
Leche Pascual	Nac./Familiar	Pascual de Aranda	Interno	Diversificado	1969	875	12,5	14,7	18,0
Corporación A. Peñasanta	Nacional	CLAS	Externo	Horizontal		696	9,9	14,9	6,0
Otras Industrias Alimentarias									
Ebro Puleva	Nacional	CI/Ebro	Externo	Diversificado Bajo	1903	2.153	6,2	11,0	9,9
Corp. Agrolimen	Nac./Familiar	Agrolimen	Interno	Diversificado	1937	1.733	5,0	14,1	
Nestlé España	Extranjero	Nestlé AEPa	Mixta	Diversificado Bajo	1905	1.294	3,7	9,3	8,5
Pescanova	Nacional	Pescanova	Interno	Vertical	1960	864	2,5	13,9	8,0
Unilever Foods España	Extranjero	Agra	Externo	Diversificado Bajo	1948	655	1,9	23,1	
Panrico	Nacional	Panrico	Interno	Horizontal	1962	607	1,8	30,1	7,7
SOS Cuetara	Nacional	C.I. Arana	Externo	Diversificado Bajo	1990	571	1,7	55,7	8,6
Bebidas									
Concesionarios Coca Cola España	Nac./Familiar	S. Coca Cola	Interno	Horizontal		2.400	17,7	15,5	
Pepsi Cola España	Extranjero	Kesa y Kas	Externo	Diversificado	1955	1.058	7,8	20,3	
Allied Domecq España	Extranjero	P. Domecq	Externo	Horizontal	1994	899	6,6	12,4	35,6
Heineken España	Extranjero	El Águila/Cruzcampo	Externo	Horizontal	1984	812	6,0	11,3	-9,6
Grupo Mahou-San Miguel	Nac./Familiar	Mahou/San Miguel	Externo	Horizontal	1890	669	4,9	11,6	5,1
Damm	Nacional	Damm	Externo	Diversificado Bajo		453	3,3	12,7	17,3
Freixenet	Nac./Familiar	Freixenet	Interno	Vertical	1850	383	2,8	16,6	13,8
Osborne y Cia.	Nac./Familiar	Osborne	Interno	Diversificado		369	2,7	10,5	23,1
METÁLICAS BÁSICAS									
Siderometalurgia									
Aceralla	Extranjero	Ensidesa/AHV	Externo	Vertical	1902	4.071	19,7	7,5	6,5
Aceinox	Nacional	Aceinox	Mixto	Horizontal	1970	2.500	12,1	21,1	12,5
Celsa	Nac./Familiar	Torrás Herrería	Externo	Diversificado		1.530	7,4	17,7	5,1
Corporación Sidenor	Nac./Familiar	Acenor	Externo	Vertical		850	4,1	15,1	7,0
CIE Automative	Nacional	A.F. Azcofía	Externo	Diversificado	1939	481	2,3	16,5	7,1
Tubos Reunidos	Nacional	Tubos Reunidos	Externo	Diversificado	1892	351	1,7	10,0	12,1
Metalurgia no Férrica									
Alcoa España	Extranjero	ENDASA	Externo	Vertical	1998	920	4,5	11,9	17,3
Asturiana del Zinc		A. del Zinc				416	2,0	10,8	15,8
PAPEL, ARTES GRÁFICAS Y EDICIÓN									
Papel									
SAICA	Nac./Familiar	SAICA	Mixto	Vertical	1943	1.078	9,5	20,9	15,3
Torrascapapel	Extranjero	Torrás Hostench	Mixto	Vertical		802	7,0	12,8	13,7
Smurfit España	Extranjero	C. Nervión	Externo	Vertical		536	4,7	16,4	

(continúa)

CUADRO 1 (continuación)
PRINCIPALES GRUPOS EMPRESARIALES DE LA INDUSTRIA TRADICIONAL ESPAÑOLA

Sectores	Propiedad o control	Origen	Estrategia de crecimiento	Tipo de integración	Fundación	Ventas 2002 (mill. euros)	Cuota industria 2002, %	Crecimiento medio 1975-02, %	Rentab. financiera media 1997-02, %
Tetra Pak Hispania	Extranjero	Tetra Pak H.	Interno	Diversificado		478	4,2	4,6	27,4
Grupo Ence	Nacional	ENCESA	Mixto	Diversificado		469	4,1	9,7	11,0
Artes Gráficas y Editoriales									
Polanco	Nac./Familiar	Santillana	Interno	Diversificado	1960	2.447	16,3	28,2	15,9
Lagardere España	Extranjero	Hachette Filipacchi	Externo	Vertical		1.020	6,8		
Planeta	Nac./Familiar	E. Planeta	Interno	Diversificado	1940	920	6,1	22,7	12,9
Vocento	Nacional	El Correo	Mixto	Diversificado		625	4,2	16,4	46,8
Bertelsmann España	Extranjero	Círculo de Lectores	Mixto	Diversificado Bajo	1962	455	3,0	13,4	38,3
Zeta	Nac./Familiar	Primera Plana	Interno	Vertical		425	2,8	0,1	15,7
Godó	Nac./Familiar	T. Imprenta	Interno	Vertical		395	2,6	13,9	14,3
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO									
Textil									
Dogi	Nac./Familiar	Dogi	Externo	Horizontal	1954	189	2,2	20,1	6,4
Tavex Algodonera	Nacional	F. Bergara	Externo	Horizontal	1846	171	2,0	6,2	10,9
Cuero y Calzado									
Collusa (Camper)	Nac./Familiar	Loewe	Interno	Vertical	1975	164	2,3	16,1	
Loewe	Extranjero		Interno	Vertical	1846	131	1,8	10,7	
Confección									
Indiflex	Nac./Familiar	Confecciones Goa	Interno	Vertical	1963	3974	67,1	22,4	35,2
Cortefiel	Nacional	Cortefiel	Interno	Vertical		841	14,2	14,9	17,0
Mango	Extranjero	Mango	Interno	Vertical	1972	745	12,6	26,3	33,5
Induyco	Nac./Familiar	Induyco	Interno	Vertical		410	6,9	11,0	-7,2
PRODUCTOS MINERALES NO METÁLICOS									
Cemento									
Cemex España	Extranjero	Valenciana de C. P.	Externo	Vertical	1992	4253	150,0	17,4	12,2
Cementos Portland Valdeirva	Nacional	C. Portland	Externo	Vertical	1903	831	29,3	14,1	15,0
Cementos Molins	Nac./Familiar	C. Molins	Interno	Vertical	1927	485	17,1	15,0	18,7
Holcim (España)	Extranjero	Hornos Ibeicos	Externo	Vertical	1980	458	16,1	13,9	9,8
Lafarge Asland	Extranjero	Asland	Externo	Vertical	1989	420	14,8	8,1	8,9
Corporación Uniland	Nac./Familiar	C. Uniland	Interno	Vertical	1902	380	13,4	13,1	19,0
Vidrio									
Saint Gobain Cristalería	Extranjero	Cristalería Españ.	Interno	Vertical	1904	1621	52,4	11,9	14,8
Materiales Construcción									
C. E. Roca	Nac./Familiar	Roca Radiadores	Mixto	Diversificado	1917	1603	10,0	13,7	8,7
Uralita	Nac./Familiar	Uralita	Externo	Diversificado	1907	1172	7,3	12,6	8,3
Porcelanosa	Nac./Familiar	Porcelanosa	Interno	Diversificado	1973	690	4,3	32,6	

Notas: La cifra de ventas del grupo P. Domecq de 1975 corresponde a 1974, y la del grupo Zeta de 1975, a 1981. El crecimiento es desde 1975 o desde su fundación hasta 2002.

FUENTE: Elaboración propia con datos de Formento de la Producción, Actualidad Económica y CNE.

Los sectores tradicionales que se consideran son los que aparecen como tales en Myro y Gandoy (2003), aunque, por diversas razones, no se han incluido los grupos empresariales de las industrias del Tabaco, Productos Metálicos, y Madera, Muebles y Otras Manufacturas. En concreto, pues, los grupos de los sectores de actividad que se analizarán son los de Alimentación y Bebidas; Metálicas Básicas; Papel, Artes Gráficas, Edición y Reproducción de Soportes Grabados; Textil, Confección, Cuero y Calzado, y Productos de Minerales no Metálicos. Adicionalmente, se considerarán las distintas industrias comprendidas en cada uno de estos sectores, tal como las define la Contabilidad Nacional de España Base 1995 (CNE-B95).

Seguendo el cuadro 1, puede observarse cómo, en 2002, el grupo con mayor facturación era el filial de CEMEX, líder en la industria española del cemento, seguido por Aceralia (siderurgia), INDITEX (confección), ACERINOX (siderurgia) y Polanco (edición). Los grupos textiles (DOGI y Tavex) y los de la industria del Cuero y Calzado (Cofluxa y Loewe), por su menor tamaño, cerrarían la clasificación.

El sector de actividad donde se concentra un mayor número de grupos grandes (con cifra de ventas superior a mil millones de euros) es el de Alimentación y Bebidas, que aporta siete grupos, seguido de Productos de Minerales no Metálicos, con cuatro. En general, y de acuerdo con la información del Directorio Central de Empresas (DIRCE), los sectores con mayor número de grupos grandes acumulan también un mayor número de empresas de gran dimensión.

Si en lugar de las ventas absolutas se relacionan éstas con el valor de la producción de su industria respectiva puede observarse que los grupos con cuotas de mercado individual por encima del quince por ciento son: Coca Cola, Aceralia, Polanco, INDITEX, CEMEX España (7), Portland Valderrivas, Cementos Molins, Holcim (España) y Saint Gobain Cristalería; siendo los grupos que encabezan la industria textil y la del Cuero y Calzado, los que muestran un valor inferior.

Atendiendo a su propiedad, se observa también cómo una parte considerable de ellos son de propiedad nacional o española, entre los que predomina el carácter familiar. Los grupos nacionales superan en número a los extranjeros en los sectores de Alimentación, Siderurgia, Editorial, Textil y Confección, y Materiales de Construcción. Por el contrario, los grupos propiedad de extranjeros, que en su mayoría son filiales de grandes grupos multinacionales, tienen una destacada implantación en las industrias españolas de Bebidas, Papel, Metalurgia no Férrica, Cemento y Vidrio.

Con respecto a su origen, y considerando primero los grupos nacionales, la mayoría se han constituido a partir de una primera empresa de pequeño tamaño,

hecho que es consecuente con el carácter familiar que aún conservan. Otros grupos nacionales, no obstante, hunden sus raíces en una cooperativa (COREN y Guissona), en una empresa de propiedad pública (ENCE) o han surgido de empresas no familiares, como ACERINOX. Por otro lado, aunque algunos de ellos tienen una larga vida empresarial, abundan más los nacidos en tiempos más cercanos.

La procedencia o el origen de los grupos extranjeros presenta también cierto grado de diversidad, basada tanto en la fecha de comienzo de sus actividades en España como en la forma elegida para instalarse. Así, considerando únicamente estas dos características, y como casos polares, estarían, en uno de los extremos, grupos como Nestlé o Saint Gobain Cristalería, que iniciaron su actividad hace más de cien años, a partir de la construcción de una primera fábrica, y, en el otro, grupos como Heineken o ALCOA INESPAL, instalados hace poco tiempo y que deben su presencia, fundamentalmente, a la compra de otras sociedades constituidas como grupo con anterioridad. De alguna forma, los demás grupos extranjeros quedan situados en posiciones intermedias, predominando, entre ellos, los de instalación más reciente, a través de la adquisición de empresas ya establecidas.

En lo que se refiere a la estrategia de crecimiento seguida, y en consonancia con lo que se acaba de afirmar, dentro de los grupos extranjeros predomina el modelo de crecimiento externo, basado, fundamentalmente, en adquisiciones, y centrado, en gran medida, en el territorio español. Como se señala en el cuadro 1, las principales excepciones a esta regla son los grupos filiales de Danone, Nestlé, Saint Gobain y CEMEX (8). En cuanto a los grupos nacionales, puede decirse que son muy pocos los que han elegido una estrategia pura para crecer (9). A pesar de ello y dentro de este modelo mixto, creemos que ha dominado el crecimiento interno sobre el externo y, aunque, por lo general, se han extendido también por territorios extranjeros, su inclinación ha sido más pronunciada hacia el mercado español (10).

Si se mide el crecimiento logrado durante el período 1975-2002 o desde el año de su fundación hasta el 2002, sobresalen, por su mayor ritmo medio, Campofrío, Leche Pascual, Peñasanta, Agrolimen y Pescanova, en Alimentación (11); PBG Holdings, Freixenet y Coca Cola, en Bebidas; ACERINOX y CELSA, en Metálicas Básicas; SAICA, Polanco y Planeta, en Papel y Edición; INDITEX, Mango y DOGI, en Textil y Confección; y Porcelanosa, CEMEX España, y Molins, en Productos de Minerales no Metálicos.

Comparando, por otro lado, el crecimiento de las ventas de cada grupo con el que ha tenido lugar en la producción nominal del sector al que pertenecen, solamente el de Tetra Pak Hispania, Zeta y Lafarge Asland ha estado por debajo. En los demás, con las ex-

cepciones de Nestlé, Aceralia y Tavex, ha sido superado con creces.

En cuanto a las relaciones verticales, horizontales o diversificadas que se establecen entre las empresas del grupo, en gran medida han estado motivadas por razones específicas de la industria en la que operan. Así, comenzando por lo grupos alimentarios y de bebidas, la mayoría de ellos están diversificados o integrados horizontalmente. No obstante, dentro de los grupos diversificados, y como regla general, se ha distinguido entre baja y alta diversificación. El término «baja diversificación» se ha empleado para designar a aquellos grupos en los que sus empresas operan en mercados diferentes, pero pertenecientes a un mismo sector de actividad; mientras una alta diversificación o simplemente «diversificados», como aquí aparecen, se refiere a los que desarrollan sus actividades empresariales en sectores marcadamente diferentes (12).

Entre las razones que justifican el predominio de las formas diversificadas y horizontales en Alimentación y Bebidas se encuentra la alta concentración del mercado de la distribución, que proporciona a los grupos distribuidores un elevado poder de negociación frente a los productores. En consecuencia, con la finalidad de contrarrestar en alguna medida este poder, las empresas de Alimentación y Bebidas han tratado de ganar tamaño formando grupos con empresas del mismo mercado o sector de actividad, impulsando, de esta forma, integraciones horizontales estrictas o relativamente más amplias.

En la Siderurgia, Metalurgia no Férrica, Papel, Cemento y Vidrio, sin embargo, la relación entre las empresas de los grupos es, fundamentalmente, de tipo vertical, debido a sus condiciones tecnológicas de producción (13). No obstante, esto no es óbice para que un grupo cuya actividad principal se encuadre dentro de alguna de estas industrias desarrolle también actividades en otros sectores diferentes; pasando, de esta forma, a ser considerado como grupo diversificado (14).

Los motivos que han llevado a que prevalezcan en las industrias de la Confección y la del Cuero y Calzado los grupos integrados de forma vertical han sido los que se derivan de una mayor competencia internacional. En estas industrias y, en general, en todas aquéllas muy intensivas en trabajo poco cualificado, que posean, además, un mercado geográfico de dimensión europea o mundial, la mayor exposición a la competencia externa ha conducido a profundas estrategias de diferenciación por parte de los productores de países desarrollados, prolongando esta diferenciación incluso hasta la venta minorista. De esta forma, es una práctica común entre los mayores productores de estos países integrar verticalmente las fases de producción más intensivas en capital humano y tecnológico con las actividades de distribución, comercialización y venta minorista (15).

La relativa abundancia de grupos diversificados en la industria de la edición, se debe, fundamentalmente, a su creciente participación en la industria de Radio y Televisión; industria relacionada con la edición de libros, prensa y revistas, pero que forma parte del sector servicios. La asignación de una integración de tipo vertical a los grupos Godó, Zeta y Lagardere se justifica por incluir actividades de producción y distribución, sobre todo en el caso de Lagardere, a través de Sociedad General Española de Librerías (SGEL).

Quedan, por último, los grupos textiles y los de Materiales de Construcción. Los primeros, aunque también distribuyen, están integrados horizontalmente, mientras que los segundos son claramente grupos diversificados. Respecto de los grupos de Materiales de Construcción, el grupo Roca, líder del mercado de la porcelana sanitaria, produce también radiadores de hierro, aparatos de aire acondicionado y grifos, entre otras cosas. De hecho, hasta los años ochenta, su actividad principal entraba dentro del sector de Productos Metálicos. Sin embargo, el fuerte proceso de diversificación realizado le ha llevado a cambiar de sector de actividad. Mayor diversificación presenta el grupo Uralita, con empresas químicas, cerámicas y de plásticos. En realidad, aunque aquí ha sido encuadrado en el sector de Minerales no Metálicos, es muy probable que haya dejado de pertenecer a él, debido a la progresiva venta de sus empresas cerámicas y la mayor expansión hacia los otros dos mercados.

LA CONCENTRACIÓN DE OFERTA EN LAS INDUSTRIAS TRADICIONALES †

Las razones dadas para que las empresas se organicen en grupos de gran tamaño han sido la adquisición de poder de mercado y el incremento de su eficiencia. A la luz de estos motivos, cabe entonces preguntarse si la formación de los grandes grupos en la industria tradicional española ha logrado o no sus objetivos y en qué medida.

Comenzando por el poder de mercado, su ejercicio se manifiesta en la capacidad para separar los precios de los costes marginales, midiéndose, normalmente, a través del margen precio coste. Tal medición, sin embargo, no puede llevarse a cabo por desconocerse los costes de los grupos. Ante esta imposibilidad, se propone como medida alternativa y aproximada del poder del mercado el grado de concentración de oferta del mercado. Los fundamentos teóricos y empíricos que avalan tal propuesta ya fueron expuestos en el primer apartado cuando se analizó la relación entre concentración y rentabilidad.

Para medir la concentración de oferta se ha utilizado la *ratio* de concentración de orden tres (CR_3), calculada como la proporción de la producción sectorial que representan las ventas de los tres primeros

productores. La información sobre la cifra de ventas es la que proporcionan las revistas Fomento de la Producción y Actualidad Económica, complementada con la que se deriva del Servicio de Defensa de la Competencia y la información en internet facilitada por las propias entidades, mientras que el valor de la producción de cada industria y sector procede de la Contabilidad Nacional de España (CNE), previamente homogeneizado (16).

Los índices de concentración obtenidos, no obstante, adolecen de una serie de limitaciones que deben ser tenidas en cuenta. Éstas, que ya fueron comentadas de forma pormenorizada en Myro y Ruiz Céspedes (1999), se refieren, fundamentalmente, a que se está relacionando ventas con producción, y a que, en algunos grupos, la cifra de ventas incluye importaciones de otras empresas de su propiedad (caso de grupos extranjeros) o ingresos procedentes de empresas localizadas en el extranjero (casos de grupos españoles). Sin olvidar el problema planteado por los grupos diversificados, cuyas ventas consolidadas se asignan por completo a la industria principal.

En el cuadro 2 figuran los valores alcanzados por estos índices, para cada sector, en diversos años del período 1975-2002, y cada industria, en los años finales. De este cuadro se desprende que la concentración ha aumentado de forma sostenida en todas las actividades, aunque su ritmo de avance ha sido desigual tanto entre sectores como en el transcurso del tiempo. Así, el incremento de la concentración ha sido notablemente más elevado en Textil y Confección, mientras que el mayor dinamismo se muestra de forma clara desde mediados de los años noventa. El desigual aumento de la concentración entre actividades, por otro lado, ha contribuido a su aproximación, aunque, en la actualidad, siguen existiendo diferencias notables.

A la altura de 2002, último año investigado, Metálicas Básicas exhibía un mayor grado de concentración, con un valor cercano al 40%, mientras que el sector de Alimentación y Bebidas apenas superaba el 9%. Ordenadas de mayor a menor, y comparadas con 1975, las actividades comprendidas en Metálicas Básicas y Productos de Minerales no Metálicos han permanecido en los primeros lugares a lo largo del cuarto de siglo transcurrido, registrándose el principal cambio en el sector Textil y Confección, que abandona la última posición, para colocarse por delante de Alimentación y Bebidas, y de Papel, Artes Gráficas y Edición.

A pesar de que los valores actuales de los índices de concentración sectorial no carecen de importancia, siendo considerablemente más elevados que hace una década, en realidad, la producción de estas actividades está algo más concentrada de lo que de ellos se deduce. La razón está en la definición de industria, clave a la hora de medir la concentración y,

CUADRO 2 CONCENTRACIÓN DE OFERTA EN LOS SECTORES TRADICIONALES ESPAÑOLES, 1975-2002

CR₃ Ventas sobre producción. Porcentajes

Sectores	1975	1993	1998	2002
Alimentación y Bebidas	3,5	6,6	7,2	9,1
Cárnicas			13,7	25,5
Lácteas			28,7	36,5
Otras alimenticias			11,2	15,0
Bebidas			29,2	32,2
Papel, Artes Gráficas y Edición	6,8	10,5	12,9	17,1
Papel			18,3	21,2
Artes Gráficas y Edición			20,5	29,2
Textil, Confección, Cuero y Calzado	1,3	6,8	10,2	25,5
Confección			34,1	93,9
Textil			4,0	5,9
Cuero y Calzado			3,8	5,8
Prod. Min. no Metálicos	9,7	12,7	22,6	30,3
Cemento, Cal y Yeso			120,9	196,4
Vidrio			54,9	63,9
Cerámica y otros			15,1	21,6
Metálicas Básicas	20,0	23,8	32,9	39,3

FUENTE: Elaboración propia con datos de Fomento de la Producción, Actualidad Económica y CNE.

aunque no es fácil delimitar con precisión los productos que debe incluir cualquier mercado, los sectores económicos aquí considerados están definidos con demasiada amplitud.

De acuerdo con ello, la CNE-B95 ofrece una relación, tal vez la más elemental (17), de las posibles industrias comprendidas en cada sector. Con la información facilitada por esta fuente, se ha vuelto a medir la concentración de oferta en cada industria, para los años 1998 y 2002, utilizando, como antes, la *ratio* de orden tres. Tal como figuran en el cuadro 2, los valores obtenidos, son en su mayoría, notablemente más elevados que los que corresponden al conjunto del sector, sobresaliendo en el extremo superior los de las industrias del Vidrio, Cemento (18), Confección, Lácteas, Bebidas y Edición; mientras que aparecen como las menos concentradas Textil, y Cuero y Calzado.

Los grupos líderes y las formas de liderazgo

Uno de los mayores inconvenientes del índice de concentración utilizado reside en su opacidad sobre las cuotas de mercado individuales que comprende, lo que impide conocer su distribución interna y, por tanto, el grado de superioridad de unas sobre otras. Del mismo modo, mediante la información que proporciona, tampoco será posible saber si su evolución en el tiempo es causada por los mismos productores conservando el mismo orden, deberse a la alteración de este orden, o es fruto del ascenso de nuevos grandes oferentes.

CUADRO 3
LIDERAZGO EN LAS INDUSTRIAS TRADICIONALES ESPAÑOLAS, 1975-2002

Sectores	1975	1993	1998	2002
Cárnicas	Vall Companys (0,6)	Campofrío (0,7)	Campofrío (1,1) ; (5,4)	Campofrío (2,1) ; (10,1)
Lácteas	Nestlé (1,5)	Danone (0,9)	Danone (1,1) ; (11,1)	Danone (1,4) ; (14)
Otras alimenticias	Cía.Industrial y Abastecimientos (1,1)	Nestlé (1,7)	Azucare. Ebro A. (2,1) ; (4,1)	Ebro Puleva (3,1) ; (6,2)
Bebidas	Coca Cola Esp. (0,6)	Coca Cola Esp. (2,5)	Coca Cola Esp. (3,3) ; (18,2)	Coca Cola Esp. (3,5) ; (17,7)
Papel	La Papelera Es. (2,9)	Torraspapel (2,8)	Torraspapel (3,1) ; (7,4)	SAICA (4,1) ; (9,5)
Artes Gráficas y Edición	Publicac. Estado (0,8)	Planeta (5)	Polanco (6,6) ; (11,1)	Polanco (9,2) ; (16,3)
Confección	INDUYCO (0,5)	INDITEX (3,5)	INDITEX (6,8) ; (22,5)	INDITEX (18,2) ; (67,1)
Textil	Manufactu. Valls (0,4)	Tavex (0,5)	Puigneró (0,5) ; (1,4)	DOGI (0,9) ; (2,2)
Cuero y Calzado	S. Segarra (0,3)	Colomer (0,5)	Loewe (0,6) ; (1,7)	Coflusa (0,8) ; (2,3)
Cemento, Cal y Yeso	Valenciana (2,9)	Valenciana (3,1)	Valenciana (11,9) ; (91,1)	CEMEX Esp. 17,2 ; (150)
Vidrio	Saint Gobain Es. (4,1)	Saint Gobain Es. (5)	Cristalería Esp. (5,9) ; (42,6)	Saint Gobain Cristal. (6,6) ; (52,4)
Cerámica y otros	Uralita (2,5)	Uralita (4,5)	Uralita (4,8) ; (6,6)	Roca (6,5) ; (10)
Metálicas Básicas	ENSIDESA (12,2)	CSI (12,7)	Aceralia (18,1)	Aceralia (19,7)

Nota: Las cifras entre paréntesis son las cuotas de mercado del sector y de la industria. Las de la industria, son las segundas, que van en cursiva.
 FUENTE: Elaboración propia con datos de *Fomento de la Producción, Actualidad Económica* y CNE.

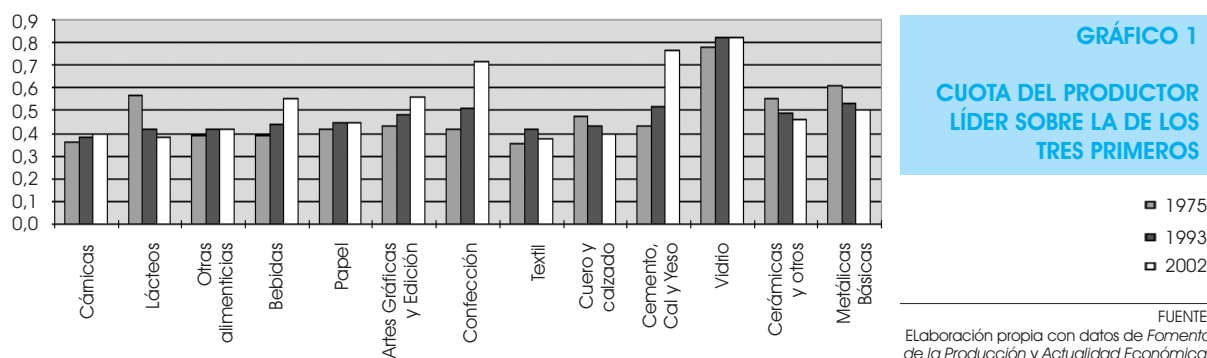
Conocer estos aspectos, sin embargo, resulta de gran utilidad, ya que, de alguna forma, el modelo de competencia que prevalezca en el mercado puede ser diferente en función de que exista un productor dominante claro, líder de la industria, o que sea más de uno con tamaños similares. Asimismo, la estabilidad o inestabilidad dentro de los puestos de cabeza de la industria constituye un indicador adicional sobre el grado de competencia en el mercado.

Para examinar estos aspectos, comenzaremos con el estudio de las cuotas de mercado detentadas por el primer productor de cada industria, en diferentes momentos de tiempo. Adicionalmente, y mediante la información contenida en el cuadro 3, se analizarán los cambios de liderazgo producidos en el período. Ya en una fase posterior, y valiéndonos del gráfico 1, nos centraremos en ver si, con el paso del tiempo, estos liderazgos se han ido fortaleciendo, en el sentido de aumentar su dimensión lo suficiente para despegarse de sus inmediatos seguidores, o, por el contrario, los tamaños de estos últimos han estado aproximándose al que ocupa la primera posición.

Como ya se ha comentado, las industrias consideradas son las que define la CNE-B95, y dado que se desconoce el valor de la producción de estas industrias para los años anteriores a 1995, la cuota de mercado de 1975 y 1993 corresponde al conjunto del sector, en lugar de la industria (19).

Como se desprende del cuadro 3, la cuota de mercado del grupo o empresa que encabeza la industria ha estado aumentando paulatinamente a lo largo del período, siendo más acusado en Artes Gráficas y Edición, Confección, Cemento y Bebidas (20). Aunque la evolución del CR_1 , que es lo que se está contemplando, no tiene por qué seguir monótonamente la del CR_3 antes calculado, los dos índices coinciden en señalar un incremento generalizado de la concentración de oferta a lo largo de estos años.

Respecto de los cambios de liderazgo, a partir de dicho cuadro, puede apreciarse cómo en la mayoría de las industrias ha habido cambios en la primera posición de la industria. De hecho, solamente en Metálicas Básicas, Vidrio, Cemento y Bebidas (21), el mismo grupo empresarial, normalmente bajo diferentes nombres, ha permanecido en cabeza



CUADRO 4
DIMENSIÓN RELATIVA DE LOS GRUPOS LÍDERES ESPAÑOLES

Porcentajes que representan las cifras de ventas del primero y los cinco primeros productores españoles con respecto al primero y a los cinco primeros europeos

Sectores	1975		1993		2000	
	Primero	Cinco primeros	Primero	Cinco primeros	Primero	Cinco primeros
Metálicas Básicas	12,0	7,7	9,9	8,2	10,8	9,2
Prod. Min. no Metálicos	4,9	9,6	7,3	9,9	10,8	11,4
Alimentación y Bebidas	2,5	4,6	4,1	5,6	4,4	5,7
Papel y Edición	8,4	9,3	10,3	8,3	13,2	7,9
Textil y Confección			17,2	14,1	22,6	14,7

Nota: Se comparan los cinco (o primer) mayores productores españoles en 1975 con los cinco mayores europeos en 1974.

FUENTE: Elaboración propia con datos de *Fomento de la Producción, Actualidad Económica y EUROSTAT*.

de la industria a lo largo del último cuarto de siglo. Las modificaciones se han producido, fundamentalmente, durante el primer período (22), reflejando el profundo ajuste estructural registrado durante esos años, como consecuencia tanto de la crisis económica como de la rápida apertura a la competencia internacional.

En algunos casos, la sustitución se ha debido a la quiebra o desaparición de quien hasta entonces lideraba la industria, como ocurrió en las industrias del Papel (La Papelera Española), Cuero y Calzado (Silvestre Segarra e Hijos) y Artes Gráficas y Edición (Publicaciones del Estado (23)). En la mayoría, sin embargo, los cambios se han producido por el mayor crecimiento de otros grupos empresariales.

Finalmente, queda por saber si estos liderazgos han resultado fortalecidos con el paso del tiempo o, por el contrario, son cada vez más débiles. Para ello, se ha calculado el peso que representa la cuota de mercado del primer productor sobre la cuota conjunta de los tres primeros. Los resultados por industrias en diferentes años del período están representados en el gráfico 1, y como puede observarse, el incremento de peso y, por tanto, la configuración de un líder claro separado de sus inmediatos rivales se ha producido en Confección (INDITEX) y en Cemento (CEMEX España).

Asimismo, en la industria del Vidrio, el grupo Saint Gobain Cristalera ha aumentado aún más la gran diferencia que ya poseía sobre sus inmediatos competidores. Con variaciones menores que las anteriores, aunque también positivas, se encuentran Artes Gráficas y Edición, Bebidas, Otras Industrias Alimenticias y Cárnicas. En estos casos, su menor separación se debe al crecimiento, también notable, de los grupos situados en segundo y tercer lugar.

Posición relativa de los grupos líderes españoles comparados con los europeos

La mayor dimensión alcanzada por los grupos líderes de la industria tradicional española les ha llevado a aumentar la distancia que les separa de sus rivales internos, puesta de manifiesto por la considerable elevación de la concentración de oferta, medida en términos nacionales. Sin embargo, la creciente extensión de la competencia, vivida con particular intensidad por los oferentes españoles, aconseja poner este crecimiento de tamaño en una perspectiva, como mínimo, europea.

A este respecto, el cuadro 4 compara, para cada sector de actividad, la dimensión de los primeros productores españoles con sus homólogos europeos. A la altura del año 2000, como de él se desprende, so-

CUADRO 5
EFICIENCIA RELATIVA DE LOS MAYORES PRODUCTORES
Comparación entre la productividad media del trabajo de los diez primeros productores y la del sector de actividad

Sectores	1975			1993			1998			2002			Crecimiento (1975-2002)	
	VP/L	Ven-tas/L	Eficiencia relativa	VP/L	Ven-tas/L	Eficiencia relativa	VP/L	Ven-tas/L	Eficiencia relativa	VP/L	Ven-tas/L	Eficiencia relativa	VP/L	Ven-tas/L
Metálicas Básicas	91,7	47,8	0,5	156,9	152,9	1,0	186,3	213,5	1,1	218,7	242,7	1,1	3,3	6,2
Prod. Min. no Metálicos	41,3	82,3	2,0	73,0	111,9	1,5	84,0	175,6	2,1	80,9	159,8	2,0	2,5	2,5
Alimentación y Bebidas	61,0	116,5	1,9	111,5	202,0	1,8	113,6	203,0	1,8	116,7	204,3	1,8	2,4	2,1
Papel y Edición	80,8	49,9	0,6	86,1	165,4	1,9	85,3	183,4	2,1	86,9	146,9	1,7	0,3	4,1
Textil y Confección	37,2	18,6	0,5	52,6	105,2	2,0	53,0	109,2	2,1	46,9	103,5	2,2	0,9	6,6

Nota: LVP/L es la productividad media del trabajo, medida a precios de 1990 y expresada en miles de euros por trabajador. Ventas/L son las ventas por trabajador medida a precios de 1990 de los 10 primeros productores del sector y expresada en miles de euros por trabajador. La eficiencia relativa se ha calculado por cociente entre Ventas/L y VP/L. El crecimiento se ha medido mediante la tasa de variación media anual acumulativa, expresada en porcentaje.

FUENTE: Elaboración propia con datos de *Fomento de la Producción, Actualidad Económica* y CNE.

lamente en Textil y Confección, las ventas del primer grupo español, INDITEX, estaban por encima del 20% de las del primero europeo, el grupo LVMH; ocupando, de hecho, el quinto lugar en Europa. En los demás sectores, el tamaño relativo del grupo de cabeza se encontraba ligeramente por encima del 10%, excepto en Alimentación y Bebidas, con un valor aún inferior. Si en lugar de los primeros, la comparación se efectúa entre los cinco con mayor facturación de cada economía, el tamaño relativo de los grupos españoles, con respecto a la situación anterior, desciende en todos los sectores, excepto en Productos de Minerales no Metálicos y Alimentación y Bebidas.

A pesar de que los resultados logrados no parecen invitar al optimismo, y pueden ser interpretados como deficiencias competitivas capaces de limitar el crecimiento futuro de la industria tradicional española (Myro, 1999), debe reconocerse, no obstante, el esfuerzo realizado por los mayores grupos empresariales españoles, que se refleja, salvo algunas excepciones detalladas en el cuadro 4, en el lento, aunque continuado, aumento de su dimensión respecto a la de los líderes europeos. Sobre todo, si se tiene en cuenta que la dimensión relativa de partida puede ser inferior a la que figura, ya que la cifra de ventas de los grupos europeos corresponde a 1974, mientras que la de los españoles es de 1975. En el fondo, el escaso acercamiento que se ha producido da una idea del intenso proceso de fusiones y adquisiciones vivido también por los grandes grupos de la industria tradicional europea.

EFICIENCIA DE LOS MAYORES GRUPOS EMPRESARIALES ↓

La mejora de la eficiencia en la producción y, en general, en las diversas tareas que realizan es la segun-

da razón fundamental que guía la formación de grandes grupos empresariales. Por este motivo, no carece de interés examinar ahora si el crecimiento en tamaño de los grupos pertenecientes a la industria tradicional española ha tenido como consecuencia un incremento de su eficiencia mayor que el registrado por el sector de actividad donde se encuadran.

Medida la eficiencia en términos de productividad de los factores o por defecto, como se efectúa aquí, a través de la productividad del trabajo, se trata entonces de comparar la productividad del trabajo de cada sector, como expresión sintética de la de todos los productores que operan en él, con la de sus mayores grupos y empresas, en concreto, con la de los diez primeros. No obstante, como los grupos y empresas no suelen informar sobre sus magnitudes de producción (25), la productividad de éstos se ha aproximado por cociente entre las ventas y el empleo.

Como en ocasiones anteriores, la información de base de los mayores productores procede de las revistas *Fomento de la Producción* y *Actualidad Económica*, mientras que el valor de la producción y empleo sectorial son los ofrecidos por la CNE. La cifra de ventas y el valor de la producción, no obstante, están expresados en términos reales, utilizando para ello los índices de precios elaborados por el INE.

Los resultados de estos cálculos están contenidos en el cuadro 5. A partir de él, y considerando el conjunto del período, puede observarse que la eficiencia de los mayores grupos se ha incrementado por encima de la media del sector en Metálicas Básicas, Papel y Edición, y Textil y Confección. El considerable crecimiento diferencial alcanzado queda de manifiesto cuando se compara la eficiencia relativa (cociente entre la productividad de los diez primeros productores

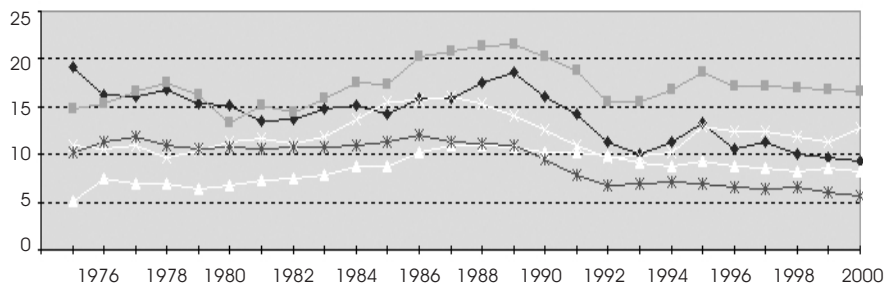


GRÁFICO 2
MARGEN PRECIO-COSTE,
1975-2000

Porcentajes

—●— Metálicas Básicas
—■— P. Minerales no Met.
—▲— Aliment. y Bebidas
—▲— Papel y Edición
—*— Textil y Confección

FUENTE:
Elaboración propia con datos de CNE.

res y la del conjunto del sector) en los años inicial y final del período. En Alimentación y Bebidas, por el contrario, se aprecia un ligero retroceso, que es aún de menor entidad en los grupos de Productos de Minerales no Metálicos.

También puede observarse que el crecimiento de eficiencia ha sido más elevado en los grupos empresariales que partían de una posición de franca inferioridad en productividad con respecto al conjunto de productores de su sector. Así, en 1975, la eficiencia de los mayores productores en Metálicas Básicas, Textil y Confección, y Papel y Edición era claramente inferior de la del conjunto del sector; mientras que la de los grupos alimentarios y de bebidas, así como los de minerales no metálicos, casi la doblaban.

Si se atiende a su evolución temporal, se aprecia que en Metálicas Básicas, Textil y Confección, y Papel y Edición, la separación en eficiencia por parte de los mayores grupos empresariales ha sido más intensa en la primera mitad del período (1975-1993). El menor ritmo de crecimiento del último decenio encuentra su máxima expresión en la pérdida de eficiencia relativa sufrida por los líderes del sector del Papel y la Edición y los de Metálicas Básicas.

Como en ocasiones anteriores, esta trayectoria no es compartida por los mayores grupos de Alimentación y Bebidas y los de Minerales no Metálicos. Así, los pertenecientes al primer sector han ido reduciendo su eficiencia relativa de forma más o menos homogénea a lo largo del tiempo; mientras que los del segundo muestran un comportamiento mucho más variables, con cambios de diferente signo a lo largo del período.

En cualquier caso, las tendencias descritas señalan una profunda mejora en la eficiencia de los principales grupos empresariales de Metálicas Básicas, Textil y Confección, y Papel y Edición. Los grupos que lideran los sectores de Alimentación y Bebidas y Productos de Minerales no Metálicos, aunque han reducido su eficiencia relativa respecto de la media; en la actualidad, conservan todavía una importante distancia sobre sus rivales de menor tamaño.

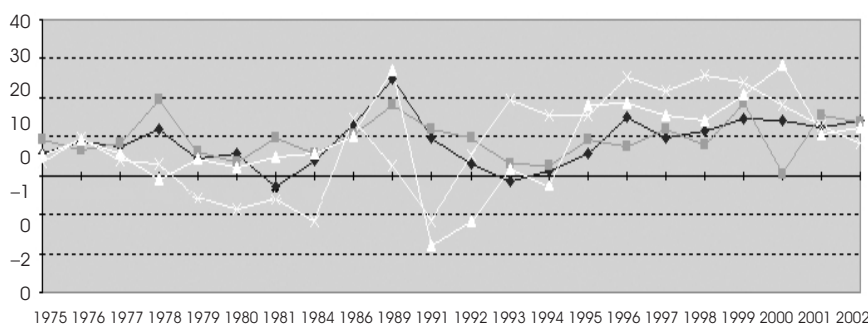
RENTABILIDAD DE LOS MAYORES GRUPOS EMPRESARIALES †

Incrementar la eficiencia y adquirir poder de mercado no dejan de ser estrategias intermedias, cuyo objetivo último es el de aumentar la rentabilidad a largo plazo de los grupos empresariales. Desde esta perspectiva, se examinará a continuación, si los comportamientos en productividad observados y la elevación de la concentración de mercado guardan alguna relación con la rentabilidad alcanzada por los grupos.

Como primera medida de rentabilidad se utilizará el margen precio coste del sector, bajo el supuesto de que en su nivel y trayectoria participan, en gran medida, el margen de los mayores grupos. Considerando el gráfico 2, donde están representados los márgenes precio coste para cada sector de actividad, a lo largo del período 1975-2000, puede observarse cómo las actividades comprendidas en Metálicas Básicas y Productos de Minerales no Metálicos son las que parten con un nivel más elevado, siendo el menor de todos el de Alimentación y Bebidas.

Con ligeras oscilaciones y diferente intensidad, el margen ha aumentado en todos los sectores hasta 1989, para descender casi de forma ininterrumpida hasta el año 2000, en todos ellos, excepto en Productos de Minerales no Metálicos, y Papel y Edición. El margen calculado (26), no obstante, presenta una serie de limitaciones, siendo la más importante la de no incluir entre los costes los que corresponden al capital fijo. Por este motivo, es de esperar que sea más elevado en aquellas producciones intensivas en capital, al contener la remuneración que le correspondería.

Tratando de paliar esta imprecisión, la rentabilidad de los mayores grupos se ha medido de forma directa e individual a través de la rentabilidad financiera, que relaciona el beneficio neto con los recursos propios. En los gráficos 3 y 4 están representados por sectores el valor medio que corresponde al conjunto de grupos y empresas de mayor tamaño, a lo largo del período. De ellos se deduce que la rentabilidad ha seguido una trayectoria procíclica, es decir, simultánea



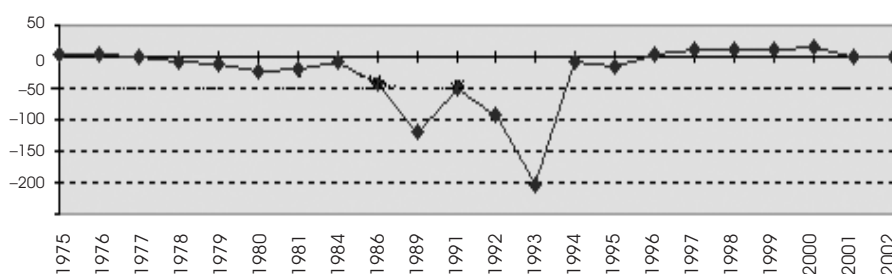
1975 1976 1977 1978 1979 1980 1981 1984 1986 1989 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002

GRÁFICO 3
RENTABILIDAD FINANCIERA, 1975-2002

Porcentajes

- ◆ Prod. Mín. no Met.
- Aliment. y Bebidas
- ▲ Papel y Edición
- ◻ Textil y Confección

FUENTE:
Elaboración propia con datos de *Fomento de la Producción*.



1975 1976 1977 1978 1979 1980 1981 1984 1986 1989 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002

GRÁFICO 4
RENTABILIDAD FINANCIERA, 1975-2002

Porcentajes

- ◆ Metálicas Básicas

FUENTE:
Elaboración propia con datos de *Fomento de la Producción*.

a la de la producción industrial, excepto en Metálicas Básicas, cuyos grandes grupos y empresas extienden el período de pérdidas ininterrumpidas hasta 1995.

Conocer en qué medida la elevación de la rentabilidad que se registra desde mediados de los años noventa se debe a la formación de los grandes grupos o al crecimiento de la economía española, supera los límites de este artículo. No obstante, la formación de estos grupos sí parece haber influido, por lo menos, en la clara mejora de rentabilidad que registran los grandes productores de Metálicas Básicas y Textil y Confección.

CONCLUSIONES ↓

A lo largo de la última década, y en el marco de la creciente apertura a la competencia exterior, se han venido configurando en la industria tradicional española una serie de grupos empresariales de gran tamaño, pretendiendo, con ello, reducir las desventajas asociadas a una menor dimensión y poder competir en pie de igualdad en los mercados internacionales.

Como consecuencia, la concentración de oferta ha aumentado considerablemente en todas las actividades, y de manera especial en las industrias del Vidrio, Cemento, Confección, Cerveza, Azúcar y Siderurgia. Aunque el nuevo escenario competitivo supera los límites nacionales, pareciendo inapropiado medir la concentración sobre una base nacional, en muchas de estas actividades la dimensión geo-

gráfica del mercado relevante sigue siendo nacional e, incluso, inferior.

Los grandes grupos creados han pasado a ocupar las primeras posiciones de la industria o la han reforzado, ejerciendo el liderazgo de forma individual, en algunos casos, y compartida, en la mayoría de ellos. No obstante, cuando la comparación se realiza con sus homólogos europeos, su tamaño parece todavía insuficiente.

La mayor dimensión de los grupos empresariales ha afectado también a la eficiencia con la que desarrollan sus tareas, incrementándose muy por encima de la media en aquellas industrias donde los mayores productores partían de una situación de franca inferioridad, y descendiendo ligeramente en las que mostraban una destacada ventaja inicial.

Finalmente, en lo que respecta a su rentabilidad, se ha observado un aumento generalizado, coincidente en el tiempo con su mayor crecimiento en tamaño. No obstante, dada la trayectoria procíclica de la rentabilidad, no se sabe con exactitud qué parte se debe a la mayor dimensión de los grupos empresariales y cuál a la fase de auge vivida por la industria española a lo largo de este último decenio. En cualquier caso, la consolidación de los grandes grupos empresariales españoles en Metálicas Básicas y Confección sí parece haber influido en la mejora de sus resultados económicos.

Breves semblanzas de los mayores grupos empresariales en la industria tradicional española

En este Anexo, y ordenados por sectores de actividad, se dan unas breves semblanzas de los mayores grupos empresariales de la industria tradicional española, destacando, en cada caso, su origen, proceso de expansión y filiales más importantes que, en la actualidad, lo componen.

INDUSTRIA DE LA ALIMENTACIÓN

Ebro Puleva. Su origen puede situarse a finales de los ochenta con las compras, por parte de Kuwait Investment Office (KIO), de la Compañía de Industrias Agrícolas (CIA) y de la mayoría del capital de Ebro Cía. de Azúcares y Alimentación. En 1990, KIO fusionará ambos grupos, creando Ebro Agrícolas Compañía de Alimentación. En 1998, Ebro Agrícolas se une con Sociedad General Azucarera de España (SGAE), dando lugar a Azucarera Ebro Agrícolas y, en 2001, este grupo se fusionará con Puleva, grupo lácteo que incluía, además de Puleva, a Leyma Ram y El Castillo. El grupo Ebro Puleva participa en la industria del azúcar a través de Azucarera Ebro Agrícolas y de la compañía chilena Industria Azucarera Nacional (IANSA); en la del arroz, con el grupo empresarial Herba; y en la de productos lácteos, con el grupo Puleva. Las últimas adquisiciones (las empresas danesas Danrice y Danpasta y la estadounidense Riviana Foods) lo han convertido en el primer grupo arrocero mundial.

El proceso de formación de Ebro Puleva ha estado dirigido por el gobierno español, que no deseaba que el mayor grupo azucarero estuviese en manos del capital extranjero. Con este objetivo, redujo progresivamente la participación de KIO, dando entrada en el capital a diversas cajas de ahorros y a empresas públicas (Alicesa y Mercasa). En la actualidad, su mayor accionista es la familia Hernandez Barrera, anterior propietario de Herba, con un 11%. El grupo KIO tiene sólo un 7,8% y está a la espera de que Patrimonio del Estado le compre su participación, tal como fue acordado. La suma de las participaciones de capital que poseen las cajas de ahorros y la empresa pública Alicesa se eleva al 21,8%. El resto del capital está en Bolsa, tras la venta de la participación que Sudzucker, el mayor productor europeo de azúcar, tenía en el grupo.

Campofrío Alimentación. Se funda en 1950 como Conservera Campofrío. A finales de los años setenta,

la estadounidense Beatrice Foods adquiere la mitad de su capital, que vendió años después al Banco Central. En 1997, la estadounidense Hormel Foods adquiere el 21% en manos del Banco Central, y en 2004, la estadounidense Smithfield Foods (líder mundial en el sector del porcino) ha comprado la participación de Hormel Foods. El origen como grupo empresarial puede situarse en 1990, con la creación de la primera fábrica en Moscú. No obstante, su mayor crecimiento se producirá a finales de la década de los noventa con las adquisiciones de Montagne Noire (Francia), Fricarnes (Portugal), Morlini (Polonia), Tabco (Rumanía), Cárnicas Molina (España) y, sobre todo, con la compra de Óscar Mayer y la fusión con Navidul, dos de sus más grandes rivales en España. Como consecuencia de estas adquisiciones, el grupo Campofrío se ha convertido en el líder español de la industria cárnica (fundamentalmente, en el porcino), a bastante distancia de su más inmediato rival, el grupo Elpozo Alimentación. Los principales accionistas son el grupo estadounidense Smithfield Foods (22,4%), y las familias Ballvé Lantero y Díaz Ruiz.

SOS. El origen del grupo se encuentra en la sociedad familiar Arana, fundada en el año 1990. Su configuración actual es el resultado de las fusiones, primero, con Hijos de J. Sos Borrás, realizada en 1995, y luego con Cuétara, efectuada en el año 2000. A ello se añaden las adquisiciones de Koipe (76% del capital social), llevada a cabo en el 2001, y de la compañía estadounidense American Rice, en 2003. El grupo SOS, cuya cabeza es el grupo Sos Cuétara, se encuentra estructurado en las divisiones de arroz, galletas, confitería, aceites y varios. En las tres primeras, actúa como sociedad matriz Corporación Industrial Arana, de la que dependen las sociedades: Conservas la Castiza, Bernabé Biosca Alimentación y sus filiales Intervan, Sos Productos Alimenticios, Arroz Sos Sevilla, Coelho & Sos (Portugal), el grupo portugués SI-PA, Arroz Sos de México, S.A. de CV (México) y su filial Mercadeo de Productos Alimentaires, Sos Antillas Guayanais (Guayana Francesa) y Bogal Bolachas de Portugal (Portugal). Las divisiones de aceites y otros comprenden, fundamentalmente, las empresas del grupo Koipe. En particular, Koipe Corporación es la sociedad matriz, cuyas filiales son: Semillas Elosúa, Aceites Ibéricos (ACESA), Carbonell de Cordoba, Koipe, Salgado, Unión Comercial Aceitera y Sara, Restauración y Alimentación. En cuanto a aceitunas de mesa, SOS

cuenta con Cetrol Aceitunas, y en otros productos posee la compañía Vinagres y Salsas. Recientemente, se ha añadido al grupo la empresa Aceica Refinería, que desarrolla su actividad en el sector de aceites vegetales comestibles.

Koipe logró reunir en un solo grupo de empresas a los mayores productores españoles de aceite, al adquirir, a mediados de los noventa, Elosúa, su gran rival, que poseía, entre otras empresas aceiteras, a Carbonell. Sin embargo, presenta la singularidad de haber pasado por cuatro dueños diferentes desde 1983. Inicialmente fue adquirida por Lesieur, empresa que compraría más tarde el grupo aceitero italiano Ferruzzi. Debido a la suspensión de pagos de éste, el grupo Eridania Beguin Say, filial de Montedison, compró la mayoría del capital de Koipe. En el proceso de desprenderse de las empresas alimentarias, el grupo Montedison pone en venta su participación mayoritaria en Koipe, siendo adquirida, finalmente, por SOS Cuetara.

Pescanova. Nace en 1960 y desarrolla su actividad en alimentos congelados, compitiendo directamente con las filiales españolas de Unilever y Nestlé. Aunque la causa principal de su crecimiento no han sido las compras de otras empresas, las adquisiciones de Pescarina (1999) y de Ultracongelados Antártida (2002) también han contribuido a su mayor tamaño.

Cooperativas Orensanas (COREN). Fundada en 1960, a finales de los años setenta adquirirá una participación mayoritaria en Industrias Frigoríficas del Louro (FRIGOLURO). El proceso de internacionalización de COREN comenzó en 1990, constituyendo, en Portugal, Lourinho Conservas de Carne. Posteriormente, creará COREN Argentina y comprará la empresa rumaniana Giorgiu. En 1996, se hace cargo de Novafrigsa. Produce pollos, piensos para alimentarlos, carne de vacuno y carne de cerdo. De ser empresa provincial, en la actualidad se halla implantada en las cuatro provincias gallegas, con unos 4.000 socios integrados en 30 cooperativas. Controla el 100% de FRIGOLURO y entre sus participadas se encuentran: COREN Rumanía, COREN Argentina, COREN Zeltia Veterinaria, COREN Grill, Suministros COREN, Huevos de Calidad, Eurobrid Ibérica, Novafrigsa y Lourinho Conservas de Carne, entre otras.

Corporación Agrolimen. De propiedad familiar, es el grupo empresarial alimentario español más antiguo y también el más estable, ya que no ha abandonado las primeras posiciones del sector, al menos, desde los años setenta. No obstante, aunque el núcleo básico, formado por Gallina Blanca, Gallina Blanca Purina y Arbora & Ausonia, apenas ha variado, si lo han hecho las demás filiales. En la actualidad, además de estas tres compañías citadas, el grupo está integrado por: Pansfood (grupo que incluye a Pans &

Company, Pastafiore y Bocatta, entre otras empresas), Cafosa Gum, Roger Goulart, Reserva Mont Ferrant, Flo, Congelats Reunits, Europastry y Biocentury. Es, por tanto, una Corporación altamente diversificada, que opera en los sectores de alimentación y bebidas, papel y restaurantes. Recientemente ha comprado las participaciones de capital en manos de grupos extranjeros en Gallina Blanca y Gallina Blanca Purina, manteniéndose Procter & Gamble como copropietario de Arbora Ausonia. Reciente es también la venta de JoyCo Inversiones (conocida anteriormente como General de Confiterías), el negocio europeo de dulces y golosinas de Agrolimen.

Leche Pascual. Nace en 1969. Produce y comercializa leche y sus derivados, zumos de frutas, alimentos para animales, torfillas preparadas, cereales para el desayuno, huevos líquidos ultrapasteurizados y aguas minerales; extendiendo también sus actividades al sector de la construcción. El grupo está formado por Leche Pascual España, Leche Pascual Francia, Zumos Pascual, Cereales Expandidos, Productos del Huevo Pascual, Ovomaroc, Pascual de Aranda, Lácteas Morais (Frixia), Naransur, Gestión Lacto-Alimentaria y los manantiales de Bezoya, Cardó, Zambra y Ribagorza. También forman parte del grupo Leche Pascual el grupo inmobiliario La Quinta, la constructora Peache y la empresa de publicidad Gespublic.

Panrico. Nace en 1962. Las quince fábricas que posee en la actualidad están localizadas en España, Portugal (desde 1985), China (desde 1997) y Grecia. En 1999, las familias Costafreda y Rivera, propietarias del 50%, compraron a Allied Domecq el 50% que poseían de Panrico. Con esta compra, Panrico ha absorbido al grupo de empresas Donuts.

Corporación Alimentaria Guissona. Nace en 1959, bajo la denominación de Cooperativa Agropecuaria Guissona, reestructurándose como grupo en 1999, al constituir la Corporación Alimentaria Guissona. Tiene como filiales a las empresas Alfalfa y Piensos, Propor 2000, Alsinor y Área de Guissona; red, esta última, que comprende más de doscientas cincuenta tiendas en las que comercializa directamente sus productos cárnicos. Mediante los contratos de integración que mantiene con los socios, la Corporación controla la crianza y engorde del ganado, la elaboración del pienso y la transformación de los productos cárnicos, así como la comercialización directa realizada a través del Área de Guissona.

Corporación Alimentaria Peñasanta (CAPSA). Nace en 1997, tras la unión de Central Lechera Asturiana (CLAS), Ato-Lagisa y Larsa. El grupo francés Bongrain participa en su capital con un 27,5%. En el año 2000 comenzó a producir en Cuba y compró a Nestlé y Puleva una fábrica de quesos y una factoría, respectivamente.

Nestlé España. Pertenece a la compañía suiza Nestlé, primer grupo mundial de alimentación. Desde que se instaló en España, en 1905, para elaborar harinas lacteadas y leche condensada, su expansión ha estado marcada por el proceso de adquisiciones y creación de nuevos productos llevados a cabo por la empresa matriz. En menor medida, su crecimiento también se debe a la compra de empresas españolas ya constituidas, que, en algunos casos, ha terminado vendiendo. La producción centrada en nuestro territorio abarca una amplia variedad de productos, que incluye leche condensada y en polvo, derivados lácteos, café, productos congelados, salsas, caldos y sopas, y alimentación infantil. Las principales compras realizadas en España son: Helados Camy, Quesos MG, El Acueducto, Flor de Esgueva, La Tila, Café 154, Helados Miko, Avidesa, Castillo de Marcilla, Preparados y Congelados Alimenticios (La Cocinera y Fricongel), que compró recientemente a Danone. Después de la venta de Avidesa, Nestlé opera en nuestro país a través de diversas sociedades, siendo las principales, Nestlé España, que actúa de cabecera, Nestlé Petcare España, Cereal Partners España, Productos del Café (antes Productos Brasilia), Helados Miko, Alimentos Congelados, Davigel España y Solema. En 2003, adquirió el grupo 3JP, fabricante de café.

Unilever Foods España. Es la división alimentaria española de la multinacional Unilever. Se creó a finales de los años cuarenta con la compra de la empresa Agra. Posteriormente se añadirían Aceites La Masía (vendida recientemente), Frudesa y Frigo. En 1998 compró a Koipe la sociedad INGRANASA (Artúa, Natacha y Koiposol), terminó de adquirir el 40% restante de Frudesa y vendió su participación en Navidul. En 2000, Unilever reorganizó su estructura legal en España creando dos unidades fiscales: Unilever Foods España y Unilever España. La primera agrupa a las empresas de alimentación (Agra, Frigo, Frudesa, Ingranasa y la filial española de Bestfoods, multinacional adquirida por el grupo matriz en el año 2000). La segunda reúne las empresas del sector Perfumería y Detergentes.

Nutreco. Multinacional holandesa creada a partir de los negocios de British Petroleum en el campo de la nutrición animal. Se instala en España en 1994 y desde esa fecha no ha dejado de comprar empresas y de crear otras, casi siempre formando *joint ventures*. El proceso de compras se inicia en 1996, adquiriendo los activos avícolas de la filial española de Conagra y la mayoría del capital de Sada Centro. Después, asociándose con SOAGA, pondría en marcha la fábrica de piensos NANFOR y, posteriormente, comprará el matadero de Herca (Toledo). En el sector de los piensos, destacan también la creación de una nueva empresa junto con PROSEPOR y la adquisición de las portuguesas Fábricas de Moagem do Marco (FABRIMAR) y UFAC. Además de la fundación, junto

con Óscar Mayer, de una nueva sociedad para la cría del porcino, Nutreco ha adquirido también los activos avícolas del grupo Copaga, la sociedad Agrovic, y Euribrid, empresa, esta última, especializada en la genética del porcino. En la actualidad, el grupo comprende la división avícola, formada por Sada y Agrovic; la de piensos, integrada por Nanta; genética animal, desarrollada por Euribrid; agroespecialidades, mediante Trouw Nutrición; y la división de acuicultura, en la que se encuentra Trouw España.

Danone España. El grupo está compuesto por las empresas filiales del grupo francés Danone; grupo, este último, que nació en España en 1919, pero que terminó desarrollándose en Francia. Desde sus inicios produce yogur. En 1975, el grupo francés BSN Gervais Danone adquirió el 5% de Danone España. En 1988 aumentó su participación al 20%; en 1991 controlaba ya el 51%, y en la actualidad posee el 55% de su capital. Como su casa matriz, Danone, produce en España yogures y postres lácteos, galletas, agua y participa también en el mercado de la cerveza, aunque su estrategia como grupo internacional es la de retirarse de este mercado. El grupo lo forman Danone España, Danone Portugal, Industrias Lácteas de Canarias, Font Vella, Aguas de Lanjarón, Buenagua, LU Biscuits y BSN Glasspack España. Posee, también, un tercio del capital del grupo Mahou San Miguel. Recientemente, ha vendido Pastas La Familia (a Galletas Siro), La Cocinera (a Nestlé) y Cervezas San Miguel (a Mahou). La cifra de ventas que figura se refiere exclusivamente a Danone España, Danone Portugal e Industrias Lácteas de Canarias.

INDUSTRIA DE BEBIDAS †

Freixenet. De propiedad familiar, es uno de los principales productores españoles de cavas y vinos. Su origen data de mediados del siglo XIX, tras la unión de un antiguo negocio de vino, encargado de su elaboración y comercialización, con propietarios viticultores. El grupo cuenta con las cavas Freixenet (La Casa Madre), Segura Viudas, Conde de Caralt, Castelblanch, Canals & Nubiola, René Barbier, Valdubón, Morlanda y Vionta. Su actividad productora en el extranjero se extiende por América, con Freixenet Sonoma Caves (EEUU) y cavas Sala Vivé (México); Australia, tras la adquisición de la bodega Wingara Wine; y Europa, concretamente en Francia, donde ha adquirido las cavas Henri Abéle y la bodega Yvon Mau.

Osborne. A principios de los setenta, las tres cuartas partes de su negocio procedían de los vinos de Jerez. En la actualidad, sin embargo, apenas representa el 5%. Las actividades del grupo se han extendido a derivados del cerdo ibérico (Sánchez Romero Carvajal), bebidas destiladas, vinos (Bodegas Ato, Montecillo y Malpica del Tajo) y bebidas no alcohólicas (Red Bull y Solan de Cabras). Durante todo este tiempo, la propiedad del grupo se ha mantenido en ma-

nos españolas y en poder de las familias históricas, a las que, recientemente, se han unido los anteriores propietarios de Solan de Cabras.

Damm. Grupo de empresas que desarrolla su actividad, fundamentalmente, en el mercado de la cerveza, pero que también se extiende a la producción de agua mineral, y zumos y refrescos. El grupo incluye La Moravia, Corporación Económica Damm, Balear de Cervezas, La Bohemia, Estrella de Levante, el manantial Aguas de Veri, Fuente Liviana, Font Salem, Eckes Granini Ibérica y Alfil Logistic. A ellas se unen las plantas que Heineken tuvo que vender para poder comprar Cruzcampo.

PBG Holding de España. Envasa y comercializa los productos de la marca Pepsi Cola y Seven Up. Forma grupo con Compañía de Bebidas Pepsico, Catalana de Bebidas Carbónicas, Pepsico Ventas Andalucía, Arrovi, Pet Ibérica, Kas y PBG Holding, entre otras. La totalidad del capital pertenece a PBG Spirituosen Holdings (USA). Opera en España desde 1955. Posee las marcas Matutano, Kentucky Fried Chicken y Pizza Hut. En 1992 compró Kas y KESA (Knorr Elorza SA), empresa, esta última, encargada de producir, envasar y comercializar los productos de Pepsi Cola y de Kas.

Grupo Mahou San Miguel. La compra de San Miguel por Mahou y, por tanto, el origen del grupo tuvo lugar en el año 2000. En dicho año, Mahou, participada en un tercio de su capital por el grupo francés Danone, adquirió el 70% de San Miguel, que estaba en manos de Danone (el 30% restante ya era de Mahou). Entre las filiales del grupo se encuentran Cervecería Independiente, Intermalta, Cervezas Maes España, Cervezas San Martín y Cervezas Anaga, adquirida, en 2004, como una apuesta por el mercado canario.

Allied Domecq España. Es el resultado de la compra del grupo Pedro Domecq por la inglesa Allied Lyons, en 1994. Allied Lyons estaba en España desde mediados de los setenta a través de Panrico (poseía el 50% de su capital). Sin embargo, desde que adquirió Domecq, se ha desprendido de sus empresas de alimentación para centrarse, únicamente, en bebidas. En 2001 compró Bodegas y Bebidas, la primera bodega española, lo que le convierte en el primer productor español de bebidas alcohólicas.

Heineken España. La holandesa Heineken Internacional posee un 81% de su capital. La entrada de Heineken en el mercado español se produce en 1984, con la compra de un tercio del capital de El Águila. En 1999, cuando poseía ya más del 70% de El Águila, adquiere el grupo Cruzcampo, propiedad de Diageo (88%) y Carlsberg (10,5%). El grupo Cruzcampo incluía Cruzcampo, Unión Cervecería, Henninger, El Alcázar, Tanqueray Gordon España, ICSSA, Juan y Teodoro Kutz, Franquelo y participaciones minoritarias en Lúpulo y Derivados (42,5%) y Fábrica La

Alhambra (27,4%). Por decisión del Tribunal de Defensa de la Competencia, para poder adquirir Cruzcampo, tuvo que comprometerse a vender diez marcas, equivalente a una capacidad de producción del 17%.

Cadbury Schweppes España. Reúne los negocios en nuestro país del grupo inglés Cadbury Schweppes, formados por Cadbury Dulciora, Adams y Cadbury Schweppes Bebidas de España. Esta última, a su vez, integra las actividades de La Casera y Citresa, adquiridas en el año 2001. Su entrada en España se produce a través de Chocolates Loyola y Rioblanco, empresa, esta última, que embotellaba las bebidas de Schweppes en nuestro país. Opera en los mercados de alimentación (dulces y golosinas) y bebidas no alcohólicas.

INDUSTRIA TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO ↓

INDITEX. De propiedad familiar, el origen del grupo fue Confecciones Goa, una pequeña fábrica de batas y ropa interior femenina, creada en 1963. La primera tienda Zara se abre en 1975; cuatro años después se constituye INDITEX y, a mediados de los ochenta, comienza el proceso de internacionalización, instalando tiendas Zara, primero, en Oporto, y luego, en Nueva York y París. A principios de los años noventa, nace la cadena Pull & Bear y adquiere la mayoría del capital de Massimo Dutti; sociedad que terminará de comprar completamente en 1995. Más tarde, creará la cadena Bershka y a finales de la década de los noventa adquiere Stradivarius. En la actualidad, el grupo reúne a casi cien empresas vinculadas con el mundo de la moda (diseño, fabricación y distribución). Cuenta con más de mil quinientas tiendas y tiene representación en más de cuarenta países. Posee las cadenas de tiendas Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius y Oysho. Parte de su producción se realiza en talleres externos, localizados en Galicia, Portugal y numerosos países extranjeros.

Industrias y Confecciones (INDUYCO). Pertenece al Corte Inglés, a través del cual comercializa sus productos, además de hacerlo en otras tiendas especializadas. El grupo está formado por Industrias del Vestido, Confecciones Teruel e Investrónica, entre otras empresas. La producción se realiza en las fábricas del grupo y en talleres externos, situados en España y en el extranjero, sobre todo en Marruecos.

Mango MNG Holding. De propiedad familiar, está especializado en ropa de mujer. Abrió su primera tienda en 1984 y, en la actualidad, cuenta con más de quinientas repartidas por más de cincuenta países. El grupo se encarga del diseño de las colecciones y la rea-

lización de una parte de la confección (patronaje y corte), subcontratando el resto. La mayoría de su producción la realiza en el extranjero, fundamentalmente en Marruecos y China. En estos países no posee talleres propios, sino que ha optado por acuerdos con proveedores que no trabajan en exclusiva para el grupo.

Cortefiel. Realiza su producción en fábricas de su propiedad situadas en España, Marruecos y Hungría, así como en talleres externos localizados en España y, sobre todo, en Asia. Está organizado bajo un modelo centralizado que se ocupa de las tareas de diseño, fabricación y distribución. Opera en varias líneas de negocio, representadas por Cortefiel, Milano, Springfield y Woman Secrets. Explora una red de tiendas situadas en España y en el extranjero.

DOGI International Fabrics. Fundado en 1954 y de carácter familiar, diseña, produce y comercializa fibra elástica aplicada a tejidos. Su crecimiento está basado en la exportación, en la diversificación y mejora de sus productos, y en la adquisición y creación de empresas en el extranjero. Posee la francesa Nouvelle Elastelle, adquirida en 1995; la mexicana Textiles ATA, que cerró en 2001; y recientemente, además de abrir una planta en China, ha comprado a Sara Lee Courtaulds cuatro fábricas de su división de tejido elástico, ubicadas en Europa y Asia.

Tavex Algodonera. Nace en 1846 con el nombre de «Fábrica de hilados, tejidos y estampados de Bergara», denominación que cambiaría en 1911 por la de «Algodonera San Antonio». Hasta los años sesenta, estuvo especializada en tejidos para uso laboral y para el ejército; pero, desde entonces, ha enfocado su actividad a la producción de denim, siendo el mayor productor europeo en la actualidad. El grupo comenzó a desarrollarse a finales de los años ochenta, con la compra de dos factorías en Valencia y la instalación de otra en Marruecos. Actualmente está formado por Alginet Textil, Settavex, Algodonera San Antonio, Tavex Polska, Tavex Perú, Tavemex, Tintes y Acabados de Vergara, Samper y Avantex.

INDUSTRIA DE MINERALES NO METÁLICOS

CEMEX España. Pertenece al grupo mexicano CEMEX (Cementos Mexicanos). Su origen es la compra por CEMEX, en 1992, de la española Compañía Valenciana de Cementos Portland y su asociada La Auxiliar de la Construcción (LACSA), también conocida como Sansón. Estas dos empresas y sus filiales, hasta entonces gestionadas con autonomía, se organizaron en un *holding* denominado Valenciana de Cementos, del que dependían las divisiones cemento, hormigón, áridos y transporte. La expansión de Valenciana de Cementos se desarrolla, fundamentalmente, en el extranjero y, en algunos casos, consistió en el trasvase de empresas y activos de CEMEX a Va-

lenciana. Comienza en 1995, con la adquisición de varias cementeras en Panamá, Trinidad y en la República Dominicana. Un año después, adquiría Venezolana de Cementos (VENCEMOS) y Sunbelt Corporation (propiedad de Cemex), ubicadas en Venezuela y Estados Unidos, respectivamente. Después vendrían Rizal y APO, en Filipinas; Diamante, en Colombia; Gresik, en Indonesia; Assiut Cements, la mayor cementera de Egipto; Southdown, en EEUU, y Saraburi Cement, en Tailandia. Las desinversiones en nuestro país se producen, fundamentalmente, hacia finales de los años noventa, con la venta de sus instalaciones en el sur de España y Extremadura a Cementos Portland, y la de los principales activos en Cataluña de la antigua La Auxiliar de la Construcción. En España, las principales empresas participadas por el grupo son Cementos Especiales de las Islas y Hormicemex.

Cementos Molins. Nace en 1927. A pesar de los continuados intentos de las multinacionales extranjeras por adquirir su control, continúa siendo un grupo de carácter familiar y capital completamente nacional, al comprar, recientemente, la participación que estaba en manos de Lafarge Asland. Esta última compañía entró en Cementos Molins hacia finales de los años noventa, después de adquirir la participación de Ciment Francais (40%), que había sido puesta en venta por negarse a ser fusionada con Financiera y Minera (filial de Ciment Francais) y otras cementeras españolas. El grupo tiene presencia en España, Argentina, Uruguay y México. En Argentina es copropietario, junto con Cementos Uniland, de Cementos Avellaneda. El grupo está formado por Cementos Molins Industrial, Promotora Mediterránea-2, Prefabricaciones y Contratas, Cía. Uruguaya de Cementos Portland, Cementos Avellaneda y Corporación Montezuma (México). Posee, también, participadas en Holanda y México.

Holcim (España). Reúne los intereses en España de la multinacional suiza Holcim (antes Holderbank), uno de los principales productores mundiales de materiales de construcción (especialmente cemento), que posee cerca de un 80% de su capital. La anterior denominación del grupo era Hornos Ibéricos Alba (HISALBA), fruto, a su vez, de la compra por parte de Holderbank, de Hornos Ibéricos, en 1980, y Cementos Alba, en 1986, con la consiguiente fusión posterior. El grupo Holcim centra sus actividades en España a través de dos filiales: Holcim Trading, antes Unión Marítima Internacional, dedicada a la prestación de servicios globales de importación y exportación de materias primas y materiales de construcción, y Holcim (España), empresa que centraliza las actividades del grupo para el mercado español en las áreas de producción de cemento, áridos, mortero y hormigón, y que es la matriz del grupo de sociedades formado, básicamente, por Holcim Hormigones, Holcim Áridos, Holcim Morteros, Holcim Logística y Energis Valoración

de Residuos. En 2003 adquirió Cementos Hispania y Prefabricados Resistentes, propiedad ambas del grupo alemán Dyckerhoff.

Lafarge Asland. Reúne los activos en España del grupo francés Lafarge, líder mundial en el mercado del cemento. Su origen es la Compañía General de Asfaltos y Portland Asland, sociedad fundada en 1901, y controlada por Lafarge desde 1989. Además de Lafarge Asland, el grupo español está formado por Redymix Aslad (participada al 50% por Lafarge y RMC Group), Betecna Betao Pronto, Cementos Calatrava, Cementos Saca (Venezuela), Redland (Inglaterra) y Texsa, entre otras. Participa también en Redland Ibérica (47%) y Yesos Ibéricos, controlada por Uralita.

Cementos Portland Valderrivas. Perteneció a Fomento de Construcciones y Contratas (FCC). El grupo es el resultado de la fusión realizada en 1993 entre Cementos Portland, Cementos Hontoria y Cementos El Alto (Portland Valderrivas). Cementos Portland fue creada en 1903. A principios de los años cuarenta fundó Hormigones y Morteros Preparados (HIMPESA), y hacia finales de esta misma década participa con el 50% del capital en la creación de Cementos Hontoria. A principios de la década de los setenta, Cementos Portland, Cementos Hontoria y Cementos Lemoná entran en el accionariado de Cementos Alfa. Crea, también, Áridos y Premezclados (ARIPRESA) y comienza la actividad de la fábrica de El Alto de Portland Valderrivas. Pocos años después, Portland Valderrivas fundará CBH. En la década de los ochenta, su principal adquisición fue la cementera estadounidense CDN. Ya en la década de los noventa, integra en el grupo completamente a Cementos Alfa, compra Canteras de Alaiz, Giant Cemet (EEUU) y los activos de Valenciana de Cementos en Andalucía y Extremadura, conocidos como Cementos Atlántico.

El grupo, propiedad de Fomento de Construcciones y Contratas (FCC), incluye como filiales y participadas a las cementeras Giant Cement, Cementos Alfa, CDN y cementos Lemoná (participada en un 30,7%). Integra, además, a HIMPESA, ARIPRESA, Arkaitza, CBH, Hormigones Zadorra, Canteras de Alaiz, entre otras empresas dedicadas a hormigones y áridos. El grupo lo completan empresas de transporte y otras ubicadas en diferentes sectores de actividad.

Corporación Uniland. Formada por Uniland Cementera, con negocios en España y Túnez, y Corporación Uniland, con actividades compartidas con Cementos Molins en Argentina y Uruguay. En 1998 adquirió el grupo Horpen (hormigón) y la Societé des Ciments d'Enfidha. El embrión de Uniland Cementera fueron las compañías, Cementos y Cables Freixa y Cementos Fradera, creadas a principios del siglo XX, que se fusionaron en 1973 para dar paso a Cementos Uniland. Casi la totalidad de su capital es de propiedad familiar.

Roca. El origen del grupo es la Cía. Roca Radiadores, fundada en 1917, y participada en su origen por la norteamericana American Radiator and Standard Sanitary hasta principios de los años cuarenta. Su actividad principal era la fabricación de radiadores y bañeras de hierro, que diversificó más tarde hacia la producción de porcelana sanitaria. El negocio de la porcelana daría paso a la internacionalización de la compañía, instalándose, primero, en la República Dominicana y Francia. Con el paso del tiempo, el proceso de diversificación se extendería al aire acondicionado y cerámica para pavimentos y revestimientos. Paralelamente, continuó con la expansión internacional, levantando fábricas propias en China, Turquía, Polonia, Italia, Argentina, Portugal, Perú y Marruecos. No obstante, a finales de la década de los noventa cambia de estrategia de penetración en el mercado internacional comprando el grupo suizo de cerámica sanitaria Keramik Holding Laufen. Consolidada, de esta forma, el carácter internacional del grupo y refuerza su actividad en el sector de la cerámica sanitaria. De hecho, tras esta adquisición, el grupo Roca pasará a situarse en el segundo puesto mundial de este sector, por detrás de la estadounidense American Standard.

Grupo de carácter familiar, cuya matriz es la Cía. Roca Radiadores, posee en España diversos centros de producción, situados en su mayoría en Cataluña, y las empresas Cerámicas Gala, Cerámicas Bellavista, Cerámicas del Foix, Cerámicas Belcaire, Fabrigas, Clima Roca York (50%), P. E. del Baño Inax (50%), Reconoservicio y Vitrometal. En el extranjero, cuenta con centros de producción en Argentina, Alemania, China, Francia, Grecia, Hong Kong, Italia, Marruecos, Perú, Polonia, Portugal, Turquía y Reino Unido. A ello se añade el grupo Keramik Holding Laufen, con filiales en Suiza, Austria, Portugal, Italia, República Checa, Bulgaria, Estados Unidos, Canadá, Brasil, Tailandia y Hong Kong.

Uralita. Fundada en 1907, Uralita es la sociedad matriz de un grupo constituido en la actualidad por siete divisiones: aislantes (Poliglas), tejas y ladrillos (Uralita Tejas), yesos (Yesos Ibéricos), sistemas de tuberías (Uralita Sistemas de Tuberías), cubiertas y paramentos (Uralita Productos y Servicios), cerámica (Gres de Valls), sanitarios (Cerámicas Sanitarias Reunidas) y química (Energía e Industrias Aragonesas). De cada una de estas sociedades, a su vez, dependen distintas sociedades filiales. Recientemente, ha comprado a Pfeiderer AG la división de materiales aislantes. Opera, por tanto, en los sectores de Plásticos, Productos de Minerales no Metálicos y Químico, y, probablemente, su actividad principal ya no sea la producción de minerales no metálicos, donde aquí se la ha ubicado. Desde finales del 2002, el grupo Uralita está controlado por Nefinsa, sociedad de propiedad familiar.

Saint-Gobain Cristalería. Reúne los activos en España del grupo francés Saint-Gobain. La presencia de

Saint-Gobain en nuestro país se remonta a principios del siglo XX, cuando, en 1904, la sociedad francesa firmó un acuerdo con la fábrica de espejos La Veneciana, y comenzó a construir en la provincia de Burgos la primera factoría de la empresa Cristalería Española. El grupo está compuesto por más de treinta sociedades, cuyas instalaciones productivas se encuentran en España, Portugal y países de Latinoamérica. Es el principal fabricante español de vidrio plano, dirigido, fundamentalmente, a las industrias de la construcción y automóvil. Elabora también envases de vidrio para la industria alimentaria y tubos de fundición. Actualmente, las principales empresas del grupo son: Cristalería Española, Vicasa, Saint-Gobain Canalización (antes Funditubo), La Veneciana, Warner & Vinyas, Vetrotex España, Saint-Gobain La Granja, Saint-Gobain de México, Rayen Cura (Argentina), Pam Colombia, Tessutti Vetro Española, Saint Gobain Weber Cemarska, Vidrierías Canarias, y Covina y Vidreira do Mondego, en Portugal.

Porcelanosa. Nace en los años setenta y es de propiedad familiar. El grupo está formado por Porcelanosa, Venis (revestimientos y gres), Gama Decor (mobiliario de baño y complementos), L'Antic Colonial (cerámica tradicional), la fabricante de bañeras System Pool, Butech, sociedad que fabrica productos técnicos para la construcción y, la más reciente, Nokern, dedicada a grifería, sanitarios y accesorios de baño.

INDUSTRIA DE LA EDICIÓN, ARTES GRÁFICAS Y REPRODUCCIÓN DE SOPORTES GRABADOS

Polanco. Básicamente, está formado por los grupos PRISA (Promotora de Informaciones SA) y Timón. El primero, constituye el mayor grupo multimedia español y cuenta con una estructura muy diversificada que alcanza al conjunto de los medios de comunicación e industrias culturales (prensa diaria, revistas, radio, televisión, edición de libros, edición musical, producción cinematográfica, internet, artes gráficas, distribución y venta minorista). El segundo, desarrolla sus actividades, fundamentalmente, en los sectores de la comunicación, comercio exterior y hostelería. El grupo PRISA, además de El País, diario de referencia del grupo, edita también Cinco Días, As, Cinemanía y la edición española de Rolling Stone. Es propietario de las editoriales Santillana, Taurus, Aguilar, Altea, Alfaguara y Bidasoa, de la distribuidora Ítaca y de la cadena de librerías Crisol. Posee la Sociedad Española de Radiodifusión (SER), Mateu Cromo, Gran Vía Musical y el 17% de Sogecable. Su actividad se extiende por la mayoría de los países de América Latina, especialmente en el campo de la edición de libros (Editorial Santillana) y de la radio (Grupo Latino de Radiodifusión, emisora en Miami y las participaciones en Radio Caracol —19%— y en la filial de radio del grupo mexicano Televisa, con el 50%).

El origen del grupo Polanco se sitúa en 1960, con la fundación de la editorial Santillana y la posterior creación del grupo Timón. A principios de los años setenta nace el grupo PRISA, que poco tiempo después lanzará el diario El País. Su desarrollo se debe tanto a la creación de nuevas empresas como a la adquisición de otras ya existentes. En el año 2000, el grupo Santillana, que hasta entonces había estado formando parte del grupo Timón, se integrará en el grupo PRISA.

Planeta. Nació en los años cuarenta, a partir de la editorial del mismo nombre. De propiedad familiar, el grupo está formado por las editoriales: Planeta, Seix y Barral, Bronce, Emecé, Columna, Booket, Quinteto, Junior, Ariel, Espasa Calpe, Tusquets Editores (México y Argentina), Ediciones Destino, Ediciones Deusto, el grupo Planeta d'Agostini, Paidós, Altaya, Martínez Roca, Minotauro, Crítica y Temas de Hoy. Posee la cadena de librerías «Casa del Libro», y los centros de formación a distancia CEAC, Home English y Planeta UOC. Participa, con un 36%, en el capital social de Audiovisual Española 2000 también en la distribuidora de libros MIDESA; es editora del periódico La Razón. Cuenta, además, con Planeta Deportiva, empresa dedicada a la intermediación y negociación en operaciones sobre derechos económicos de profesionales del mundo deportivo. En el año 2003 entró a formar parte del capital social de Antena 3 Televisión con una participación del 25%, que le proporciona su control. Antena 3 Televisión, a su vez, posee la cadena de emisoras Onda Cero y Movierecord. Planeta es, por tanto, un grupo diversificado que, partiendo de la edición de libros, ha extendido su actividad hacia los demás medios de comunicación, centros de formación y otros negocios no relacionados con los anteriores.

Unidad Editorial. Es el grupo editor del diario El Mundo. Además del citado rotativo, edita las publicaciones Descubrir el Arte, Siete Leguas, Newton y la Aventura de la Historia. Entre sus filiales, están La Ciudad Interactiva, Arlanza Ediciones, Red de Distribuciones Editoriales, Mundinteractivos y Canal Mundo Visión. Participa con el 20% en Comercial de Prensa Siglo XXI. El primer accionista es el grupo italiano Rizzoli (Corriere della Sera y la Stampa) con una participación del 89% del capital.

Vocento. El grupo tiene su origen en una cadena de prensa regional, cuyo principal diario era El Correo Español/El Pueblo Vasco. En 2001 adquiere el grupo Prensa Española, editor del diario ABC. Tras esta incorporación, el grupo Vocento queda formado por un diario nacional (ABC), diversos diarios regionales (El Correo, Diario Vasco, Diario Montañés, La Rioja, El Norte de Castilla, La Verdad, Sur, Hoy, Ideal y Las Provincias) y numerosas televisiones locales. Además de estar presente en el capital de la cadena de televisión Tele 5 y en las productoras BocaBoca y Globo-media, participa, también, con un 33% en el capital

de la argentina Compañía Inversora de Medios de Comunicación, propietaria de los diarios La Voz del Interior y Los Andes. Recientemente ha creado la red de emisoras Punto Radio.

Bertelsmann España. Filial del grupo alemán Bertelsmann, sus actividades se centran en la edición y en artes gráficas. En la edición de libros y revistas cuenta con Círculo de Lectores, Random House Mondadori (en asociación con Mondadori, que agrupa a las editoriales Plaza y Janés, Lumen, Debate, Editorial Sudamericana, Mondadori, Grijalbo, entre otras) y la filial en España de Gruner & Jahr (G & J), editora de las revistas Muy Interesante, Ser Padres Hoy, Geo y Mía. En la producción fonográfica y videográfica, posee BMG Ariola, BMG Vídeo y Sonopress; mientras que en el sector de artes gráficas es propietaria de Printer Industria Gráfica, Cobrhi, Eurohueco y Rotedic. Junto con Planeta, ha creado BOL.com, la mayor librería de Internet en español. Por otro lado, la casa matriz, a través de RTL Group, participa con un 17% en el capital de Antena 3 Televisión. El grupo Bertelsmann se encuentra en España desde 1962, con la fundación del club de libros Círculo de Lectores.

Lagardere España. Filial del grupo francés Lagardere, comprende Hachette Filipacchi (editora de las revistas Diez Minutos, Teleprograma, Fotogramas, Elle, Car & Driver, QUO, Emprendedores y Ragazza, entre otras), las editoriales Salvat, Bruño, Alianza Editorial, Spes, Anaya, Catedral, Pirámide y Tecnos, entre otras, y la distribuidora Sociedad General Española de Librerías (SGEL). El mayor crecimiento del grupo filial español se produjo en 2002, con la compra por parte de la casa matriz de los activos europeos y de Latinoamérica de Vivendi Universal Publishing (VUP). En el sector editorial, Vivendi poseía en España el grupo Anaya, formado por las propias empresas de dicho grupo más Alianza Editorial y Spes. El grupo francés Lagardere es un conglomerado que, además de los medios audiovisuales, prensa y editorial, extiende sus actividades a la aeronáutica (como accionista de EADS) y el automóvil, con Matra. En realidad, la Comisión Europea sólo ha autorizado la adquisición del 40% de VUP, aunque dentro de esta parte queda incluido el grupo Anaya.

Recoletos. Propiedad en un 95% del grupo inglés Pearson, edita los diarios Marca y Expansión, el mensual Telva, el semanario Actualidad Económica y el rotativo Diario Médico. Posee también el grupo portugués Economía SGPS, el diario argentino El Cronista y participa con un 15% en el diario chileno El Diario. El grupo Pearson extiende su actividad en España al campo editorial, publicando en España bajo los sellos editoriales Alhambra, Longman, Prentice Hall y Addison Wesley.

Godó de Comunicación. Nueva denominación de Talleres de Imprenta, grupo editor del rotativo La Van-

guardia. Formado por más de treinta sociedades, entre ellas las editoras de los diarios La Vanguardia y el Mundo Deportivo, incluye empresas en los sectores de radio, audiovisual, publicidad, viajes, distribución y servicios, siendo el accionista principal Javier Godó.

Zeta. Grupo editorial que comprende más de sesenta sociedades, entre las que se incluyen las editoras de periódicos y revistas, diversas emisoras de radio, un portal en Internet, televisiones locales y la tienda virtual de Ediciones B y Zeta Multimedia. La cabecera del grupo es Ediciones Primera Plana, editora de El Periódico de Catalunya. Pertenece a la familia Asensio.

Editorial Prensa Ibérica. Es un grupo editorial cuyas actividades se extienden desde la edición de diarios y libros hasta el campo inmobiliario, pasando por la televisión por cable. Entre las empresas que consolidan destacan Editorial Prensa Canaria, Prensa Alicantina, Prensa Asturiana, Editora Balear, Prensa Valenciana, Faro de Vigo, Diario de Ibiza, Diario de Girona, Diaris Comarcals y la empresa inglesa Allison Busby.

INDUSTRIA DEL PAPEL †

Industrias Celulosa Aragonesa (SAICA). De carácter familiar, el origen del grupo es una pequeña fábrica de papel fundada en 1943. En 1998 adquiere el grupo francés Sapso-Glepac, y en 2002 compró la fábrica de papel de La Rochette Venizel. En la actualidad, es líder en Europa en la fabricación de papel para cartón ondulado, con cinco centros de producción localizados en España, Francia y Portugal. Además de las sociedades francesas mencionadas, son filiales de SAICA: Daniel Aguiló, Desperdicios del Papel (antes Papeles Allende), Cartonajes Ondulados Levantinos, Raimundo Balet, Cartonajes San Román, Papelera del Ebro y Cartonajes Davaja, entre otras.

Grupo Empresarial ENCE. Su origen es la Empresa Nacional de Celulosa (ENCESA), creada por el Estado español. Convertida en grupo mediante la creación y compra de empresas, se completó de privatizar en el año 2001. El grupo comprende las divisiones de pasta de papel, electricidad, forestal y productos químicos. En la primera, se integran la matriz ENCE y Celulosas de Asturias (CEASA), adquirida en 1998. En la segunda, CENER, propiedad también de ENDESA. La producción de productos químicos se realiza en Electroquímica del Noroeste; mientras que la división forestal comprende Ibersilva, Norte Forestal, Iberflorestal (Portugal), Eufores y Pléyades, y Mandayt (Uruguay). En esta última división puede integrarse también Técnica Forestal Mecanizada, dedicada a la producción de maquinaria forestal. Las cajas de ahorros tienen una importante participación en su capital.

Smurfit España. Pertenece a la multinacional irlandesa Smurfit. El grupo Smurfit en España cuenta con

las cuatro divisiones que representan Smurfit Nervión, Smurfit España, Smurfit Ibersac y Smurfit Stone Containers España. También forman parte del grupo Papelera Navarra (aunque tiene una participación menor del 50% del capital, posee el control único de la empresa) y Central Forestal. A ellas se unen las propiedades de Smurfit en Portugal, integradas por las empresas Sorpel Cartao Canelado y Celpack. Las actividades del grupo se centran, básicamente, en el embalaje de papel y cartón.

Tetra Pak Hispania. Pertenece al grupo sueco Tetra Pak. Forma grupo con Tetra Pak Envases y Tetra Pak Portugal.

Torraspapel. Es heredero del grupo Torras Hostench, uno de los más importantes productores de celulosa, papel y cartón, que en los años ochenta suspendió pagos y estuvo al borde de la quiebra. Es entonces, cuando fue adquirido por KIO, a través del grupo Torras. En 1990 compró los activos papeleros de Sarrió. La matriz Torraspapel posee como principales filiales a Sarríopapel y Celulosa, Dispap, Torraspapel France, Torraspapel Portugal, Torraspapel (Reino Unido), Torraspapier (Alemania), Torraspapel Italia y Torraspapel Argentina. En 1999, Torraspapel fue vendido al grupo CVC Partners, que, a su vez, lo ha integrado en el grupo Lecta. Este grupo está formado por la italiana Cartiere di Garda y la francesa Condat.

INDUSTRIA DE METÁLICAS BÁSICAS †

Aceralia. Grupo resultante de la fusión de la Empresa Nacional Siderúrgica (ENSIDESA) con Altos Hornos de Vizcaya (AHV) y de las adquisiciones posteriores de los grupos Aristrain y Ucin. En 2001, Aceralia se fusionó con el grupo francés Usinor y con el luxemburgués Arbed, creando Arcelor, el mayor productor de acero del mundo. Altos Hornos de Vizcaya era un grupo privado, creado en 1902. En los años cuarenta compró la Compañía Siderúrgica del Mediterráneo, denominada, más tarde, Altos Hornos del Mediterráneo. ENSIDESA, en cambio, se constituyó completamente con capital público en el año 1950 y, a principios de los setenta, absorberá a UNINSA, sociedad que agrupaba a las fábricas asturianas de Moreda y Mieres. Las pérdidas acumuladas por AHV durante los años de crisis llevaron a que el Estado español se hiciese cargo del grupo. Con AHV en manos del Estado, se desmanteló Altos Hornos del Mediterráneo, creando la Corporación Siderúrgica Integral (CSI), encargada de la gestión conjunta de los activos útiles de ENSIDESA y AHV. La reestructuración y saneamiento de CSI, bajo los sucesivos nombres de CSI Corporación Siderúrgica y Aceralia, protagonizarán la última fase de la reordenación del grupo y, en definitiva, de la siderurgia española. En 1997, Aceralia fue privatizada, aliándose estratégicamente con el grupo Arbed. Posteriormente, como ya se ha comentado, vendrán las

adquisiciones de Aristrain y Ucin, así como su fusión con Usinor y Arbed. En la actualidad, el grupo Aceralia está formado por Acería Compacta de Vizcaya, Altos Hornos de Vergara, Rico y Echeverría, Tetracero, Siderúrgica Mediterránea, y Laminados Velasco, entre otras. Posee también importantes participaciones en Metallbagés, Hierros y Aplanaciones, Grupo Gonvarri y Alfonso Gallardo.

Acerinox. El grupo Acerinox es el tercer productor mundial de acero inoxidable, por detrás de ThyssenKrupp Stainless y Avesta Polarit. Una de sus factorías, situada en el Campo de Gibraltar, está considerada como la más grande y más competitiva del mundo. Fundado en 1970, gran parte de su crecimiento lo ha basado en la internacionalización de sus actividades, abarcando, en la actualidad, a tres continentes. La salida al exterior comenzó desde el mismo momento de su constitución con la creación de una amplia red de ventas internacional. El proceso de inversiones vendría después, centrándose, sobre todo, en Estados Unidos y Sudáfrica. En el primer país constituyó, junto con Armo, la sociedad North American Stainless (NAS), y en el segundo adquirió Columbus. En España, tiene como principales filiales a Roldan e Inoxfil. Los accionistas de referencia son el BBVA y Nisshin Steel, que reúnen, conjuntamente, casi un 25% de su capital.

Compañía Española de Laminación (CELSA). Grupo familiar, cuyo origen se sitúa en las empresas siderúrgicas catalanas Torras Herrería y Construcciones e Industrias del Besós. Su expansión se ha producido, fundamentalmente, por la vía de adquisiciones. Actualmente, el grupo lo forman Global Steel Wire (GSW), CELSA, CELSA Reino Unido, Aceros para la Construcción (nueva denominación de Cía. de Aplicaciones Metalúrgicas para Edificaciones), Nervacero, Laminaciones Arregui y Riviere. El grupo GSW, a su vez, aglutina los activos industriales de Trefilerías Quijano (empresa desgajada de la antigua Nueva Montaña Quijano), Trefilerías Moreda y Trenzas y Cables (TYCSA). Recientemente, ha adquirido una planta en Polonia. Además de la producción siderúrgica, la familia propietaria del grupo CELSA se ocupa también de la producción de material hospitalario y productos de diagnóstico para análisis clínicos, actividad que desarrolla en la empresa C. H. Werfen-Izasa.

CIE Automotive. Grupo creado en 2002 tras la fusión de la Corporación Industrial Egaña (CIE) y Acerías y Forjas de Azcoitia (AFORA). Los orígenes del grupo están, por un lado, en la fundación de AFORA, en 1939, y en la creación de la sociedad Egaña, en 1962. Hasta llegar a la fusión, cada uno ha recorrido su propio camino. En lo que se refiere a AFORA, creó, con Patricio Echeverría, el Grupo Siderúrgico Vasco (GSB). Esta última entidad, adquirirá Belgium Forge y Forjas de Galicia, e incorporará las empresas Stuka, Componentes Vilanova y Mecauto. Patricio Echeverría terminó vendiendo su participación en GSB a AFORA.

Respecto de CIE, su constitución data de 1997, tras la integración de las empresas Udalbide e Inyecta-metal en la sociedad Egaña. Además de las empresas ya mencionadas, el grupo CIE Automotive se completa con la empresa Plasfil y con CIE Celaya (México); adquirida, la primera, e inaugurada, la segunda, recientemente. Las diversas empresas integradas en él conforman las divisiones de aluminio, acero y forja mecanizada.

Corporación SIDENOR. Fabricante de aceros especiales y de forja, pertenece a la sociedad familiar Industrias Férricas del Norte. La Corporación es el resultado de la unión de los activos de Aceros del Norte (ACENOR) y Forjas y Aceros de Reinosa (FOARSA), ambas propiedad del Estado y privatizadas en 1995. La sociedad FOARSA era una factoría de Astilleros Españoles, que fue segregada. El grupo lo integran, Sidenor Basauri, Sidenor Vitoria, Sidenor Reinosa, Formex Metal, Sidenor I + D, Sidernal, Forjas Garaciaga, Brifaz Albert y SMM SAS, en Francia; Musco, en la India, y Atlas y Metamax, en México. Recientemente, ha vendido Forjas de Villalba y Comercial de Aceros HEVA.

Tubos Reunidos. Nace en 1892. El grupo lo forman más de diez sociedades que, además de la actividad básica de fabricación de tuberías de acero, operan en sectores como la distribución de productos industriales, elaboración de piezas para automoción o transformaciones metálicas. La fabricación de tubos se desarrolla en Tubos Reunidos y en Productos Tubulares, comprada a la SEPI en 1998. En ACECSA e INAUXA elabora piezas para el automóvil, mientras que el grupo ALMESA está especializado en la distribución de productos industriales. Este grupo integra dos sociedades, ALMESA y PROCALSA, que cuentan con más de treinta almacenes en España y Portugal. El BBVA sigue siendo su accionista de referencia y las familias industriales vascas están en su capital.

Tubacex. Fabricante de tubos de acero inoxidable, Tubacex encabeza un grupo de más de veinte filiales situadas en España, Estados Unidos, Canadá, Austria, Alemania, República Checa, Francia y Hungría. Posee, entre otras empresas, Acerías de Álava, Tubos Mecánicos, Salem Tube Inc. (EEUU) y la austriaca Schoeller Bleckmann. A finales de la década de los noventa compró los activos de fabricación de tubos de acero inoxidable de la estadounidense Altech Specialty Steel. Es el segundo mayor productor mundial de tubos de acero inoxidable, por detrás del grupo sueco Sandvik.

Alcoa Inespal. Reúne los activos en España del grupo estadounidense ALCOA, primer productor mundial de aluminio y derivados. El origen del grupo es la Empresa Nacional del Aluminio (ENDASA), de propiedad pública. En torno a ella se creó un grupo de empresas, pasando a denominarse Industria Española del Aluminio (INESPAL), que fue privatizado en 1998.

Con su venta, ALCOA adquirió una parte importante de los activos y empresas, constituyendo el núcleo básico del grupo ALCOA INESPAL. Entre sus principales filiales destacan Aluminio Español, INESPAL Metal, Alumina Española, INESPAL Laminación e INESPAL Extrusión. Es el único productor en España de aluminio primario, aunque también produce laminados.

Asturiana del Zinc. Propiedad del grupo suizo Glencore, es el mayor productor de Zinc de la Unión Europea y el tercero del mundo. Recientemente ha adquirido una refinería de zinc en Alemania, propiedad de Metaleurop, sociedad controlada también por Glencore.

NOTAS ↓

- (1) En muchas ocasiones, la adquisición de empresas se concibe como una vía de entrada en nuevos mercados, sorteando, de esta forma, los elevados gastos de lanzamiento de nuevos productos. Por otro lado, las adquisiciones de empresas gestionadas con ineficacia tienen un objetivo más simple, como es el de obtener un beneficio con su reestructuración. Si la gestión deficiente se refleja en un menor valor de la empresa o en una baja cotización en bolsa y la reestructuración origina una elevación de su cotización, el comprador puede obtener un beneficio mediante la adquisición y posterior reestructuración (Ocaña y Peña, 1992/3).
- (2) Las economías de escala estáticas se deben a la existencia de costes fijos. Cuanto mayores sean éstos, más elevado será el nivel que alcancen y, por tanto, de mayor magnitud la disminución de los costes. Las economías de escala dinámicas se basan en la acumulación de conocimientos derivada, a su vez, de la producción acumulada. Las economías de alcance tienen su razón de ser en la existencia de costes compartidos en la producción, distribución y comercialización de los productos (véase Scherer y Ross, 1993).
- (3) Terceros motivos, como garantizar el suministro de materias primas o proporcionar mercados para los bienes y servicios que producen, conducen también a la formación de grupos de empresas integrados verticalmente hacia *atrás* o hacia *delante*, respectivamente.
- (4) En última instancia, el ejercicio del poder de mercado puede conducir a una asignación de los recursos menos que eficiente, siendo éste el verdadero problema.
- (5) Vives (1990) considera que existen dos estrategias para competir en pie de igualdad en los mercados internacionales. La primera, basada en el tamaño, trata de agotar todo tipo de economías estáticas y dinámicas, intentando obtener poder de mercado mediante la ocupación de todos los segmentos del mercado. La segunda, persigue la especialización en aquel segmento del mercado donde la empresa o el grupo tiene una ventaja comparativa, en cuyo caso, la dimensión ya no es un factor fundamental.
- (6) Véanse, por ejemplo, los informes de la Comisión Europea sobre Nestlé/Ralston Purina, Pepsico/Quaker, Cargill/Agribands, Lafarge/Blue Circle o Stora Enso/Assidoman/JV, entre otros, y los del Servicio de Defensa de la Competencia acerca de SAB/Miller, Maicerías/Maíces del Sur, o HOLDERFIN/Cementos Hispania. Por otro lado, el territorio español añade la particularidad de comprender la Península y las Islas, fragmentando en dos el mercado nacional en determinadas industrias.
- (7) La cuota de Cemex supera el valor del 100%, un valor ciertamente imposible. La causa es porque sus ventas consolidadas

- incluyen las realizadas por empresas filiales localizadas en el extranjero.
- (8) Entre otras razones, el grupo mexicano CEMEX ha elegido a su filial español para instalarse en mercados extranjeros porque, de esta forma, accede en mejores condiciones a financiación externa, evitando la prima de riesgo país de México.
- (9) El crecimiento de SOS, Ebro Puleva, Campofrío, CELSA o Uralita se ha debido, fundamentalmente, a las fusiones y compras de empresas. En estos casos, por tanto, la estrategia de crecimiento ha sido claramente externa.
- (10) En lo que se refiere al alcance geográfico de sus operaciones, grupos como Roca, Inditex, SAICA o ACERINOX destacan por su elevada proyección internacional, mientras que Leche Pascual, Planeta, Osborne o Cortefiel, lo harían, precisamente, por lo contrario.
- (11) Los grupos SOS, Nutreco y Panrico muestran un ritmo de crecimiento más elevado. Sin embargo, éste se extiende solamente durante el período 1998-2002. Los grupos alimentarios citados, en cambio, aunque con menor crecimiento que ellos, lo han mantenido a lo largo de todo el período estudiado.
- (12) Por ejemplo, el grupo Ebro Puleva reúne empresas que operan, básicamente, en los mercados del azúcar, la leche líquida y el arroz. Desde este punto de vista, es un grupo diversificado. Sin embargo, estos tres mercados forman parte del sector de la Alimentación. Dado que el grado de diversificación entre el azúcar y el arroz es mucho menor que el que puede existir entre la leche y las actividades de construcción, como ocurre con el grupo Leche Pascual, al primero se le ha clasificado como de «diversificación baja», y al segundo como «diversificado».
- (13) Como se sabe, dependiendo si la integración vertical está orientada hacia las materias primas o al producto final y la distribución, se denominará integración hacia atrás o arriba, o hacia delante o abajo, respectivamente.
- (14) En realidad, el grupo Saint Gobain Cristalería debería incluirse con los diversificados, ya que, entre sus empresas, comprende Saint Gobain Canalización (la antigua Funditubo), cuya actividad entra dentro de la industria siderúrgica. No se ha hecho así, porque en este grupo dominan claramente las empresas vidrieras, que operan en diferentes mercados de la industria del vidrio y, por tanto, están altamente relacionadas entre sí.
- (15) Las empresas del grupo Induyco no están integradas verticalmente. Sin embargo, la mayoría de la producción que realizan sus empresas de confección tienen como destino el Corte Inglés, propietario último del grupo. Por otro lado, conviene señalar que el grupo Induyco comprende empresas que operan en sectores distintos a la confección, por lo que, desde este punto de vista, debería ser clasificado como grupo diversificado.
- (16) En concreto, el procedimiento de enlace entre las diversas contabilidades nacionales ha consistido en partir de los valores de la CNE-B95, prolongándolos hacia atrás con las estimaciones realizadas en Ruiz Céspedes (1999). La necesidad de este enlace se debe a las diferentes clasificaciones nacionales de actividades económicas empleadas y la no existencia de una correspondencia biunívoca entre ellas. Para enlazar los dos períodos, se dejaron invariables los valores de la CNE-B95, calculando los de los años anteriores mediante las tasas de variación que se deducen de la serie estimada. Con anterioridad, no obstante, hubo que estimar el valor de la producción de 1995 para los diversos sectores de la CNAE-74, por lo que se calculó, primero, el peso medio que representaba el Valor Añadido Bruto (VAB) en el valor de la producción a lo largo de los años del período 1990-1994 y, después, se aplicó directamente al VAB de 1995, sobre el cual sí existe información publicada, aunque de carácter provisional.
- (17) La industria de Bebidas, por ejemplo, alberga diferentes mercados bien definidos. Inicialmente, cabe separar las bebidas alcohólicas de las no alcohólicas, pero, dentro de las primeras, la producción de cerveza, debido a características referentes al sabor, proceso de fabricación y patrón de consumo, constituye un mercado distinto del formado por las demás bebidas alcohólicas. De esta forma, si se considera el mercado español de la cerveza en 2003, la cuota de mercado detentada por los tres primeros productores de la Península supera el 88%, mientras que en las Islas Canarias, los dos primeros productores (Compañía Cervecera de Canarias y Heineken) detentan una cuota de mercado conjunta no inferior al 70%. Por razones distintas, otro tanto ocurre con el mercado del azúcar. Su producción está regulada a nivel comunitario y la cuota asignada a nuestro país se distribuye únicamente entre tres productores. En el mercado del azúcar, por tanto, el CR₃ alcanza el nivel del 100%, con el añadido de que uno sólo de estos productores, el grupo Ebro Puleva, detenta el 78% de total de la producción asignada. Aunque, en principio, no existen obstáculos al comercio intracomunitario de azúcar, en este mercado no suele haber competencia de las importaciones.
- (18) El CR₃ de la industria del Cemento supera claramente el límite de lo posible, al incluir entre las ventas de los mayores productores (fundamentalmente, CEMEX España) las que realizan sus filiales localizadas en el extranjero. En el caso de la industria de la confección, su elevado valor se debe a que están recogidas las ventas de las filiales en el extranjero de INDITEX y MANGO.
- (19) Para años anteriores a 1995, puede conocerse el grupo que encabezaba la industria, pero resulta extremadamente difícil saber el valor de la producción, ya que no existen equivalencias completas entre la CNAE-93 y CNAE-74. Aunque pueden establecerse de forma aproximada, los errores en los que se incurriría serían mucho mayores a medida que se aumentara el nivel de desagregación sectorial.
- (20) La disminución en la industria Láctea se debe al paso de Nestlé desde esta industria a la de Otras Alimenticias.
- (21) Como ya se ha comentado, la industria de Bebidas encierra varios mercados bien definidos. El Sistema Coca Cola de España, que comprende a todos los embotelladores de esta marca en nuestro territorio, lidera la industria de bebidas refrescantes, pero su efecto es prácticamente nulo sobre las bebidas alcohólicas y la cerveza. En lo que se refiere a la industria de bebidas alcohólicas de alta graduación, el liderazgo se ha mantenido a lo largo del período en las mismas manos, primero por Pedro Domecq, y a partir de 1994 por Allied Domecq, grupo resultante de la fusión del primero con Allied Lyons. Respecto al mercado español de la cerveza, la primera posición estuvo ocupada en un principio por Cervezas el Águila, después fue sustituida por el Grupo Cruzcampo y más tarde por Heineken España, que reúne a estos dos fabricantes.
- (22) La única excepción es el grupo Uralita, sustituido recientemente como líder de la industria cerámica por el grupo Roca.
- (23) Bajo la denominación de «Publicaciones del Estado» se han agrupado los activos y ventas de la Delegación Nacional de Prensa y Ediciones y Publicaciones Populares. La Delegación Nacional de Prensa y Radio (rama prensa) era la cadena de publicaciones del Movimiento, mientras que Ediciones y Publicaciones Populares era una sociedad dependiente de la Organización Sindical Española, editora del diario Pueblo, la Revista Sindical de Estadística, el semanario La Mesta y las revistas Tiempo Nuevo y la Voz Social, así como otros títulos que suponían más de un centenar de publicaciones.

- (24) En el caso de los productores españoles no se ha distinguido entre grupos nacionales y extranjeros. Sin embargo, los grupos europeos con los que se les compara son de nacionalidad europea, ignorando las filiales de grupos no europeos que desarrollan su actividad en este continente.
- (25) Algunas empresas y grupos sí proporcionan información sobre el valor añadido. Sin embargo, no es una práctica habitual ni generalizada.
- (26) Con datos de la CNE, previamente enlazados, el margen precio coste para cada uno de los sectores se ha calculado mediante la expresión:

$$MPC_i = \frac{VP_i - C_i - CLT_i}{VP_i};$$

siendo MPC el margen precio coste, VP el valor de la producción, C el valor de los consumos o costes intermedios y CLT el coste laboral total. A su vez, el coste laboral total se ha calculado mediante la expresión: $CLT = wL$, siendo w el salario medio (obtenido por cociente entre la remuneración de los asalariados y el número de asalariados), y L el número de trabajadores ocupados, tanto asalariados como no asalariados.

BIBLIOGRAFÍA ▼

ACTUALIDAD ECONÓMICA: *Las mayores empresas españolas y europeas*. Números extraordinarios desde 1990 hasta 2002.

CLARKE, R. (1993): *Economía Industrial*, Colegio de Economistas de Madrid.

EUROSTAT (1997): «Las quinientas mayores empresas europeas: 1993-1995», *Panorama of EU Industry 1997*, CD-ROM.

FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN: *Las mayores empresas españolas*, Números extraordinarios desde 1975 hasta 2002.

INE: *CNE Base 1995. Serie contable 1995-2002*.

INE: *Índices de precios industriales. Serie 1975-2002*.

MARTIN, S. (1988): «The measurement of profitability and the diagnosis of market power», *International Journal of Industrial Organization*, 6, pp. 301-321.

MYRO, R. (1999): «La industria española ante la competencia global», *Economía Industrial*, n.º 329.

MYRO, R. y GANDOY, R. (2003): «Sector Industrial», en J. L. García Delgado (dir.), *Lecciones de Economía Española*, 6.ª edición, Civitas.

MYRO, R. y RUIZ CÉSPEDES, T. (1999): «Concentración de la producción y liderazgo en la industria española», *Economistas*, n.º 82.

OCAÑA PÉREZ DE TUDELA, C. y PEÑA SÁNCHEZ DE RIVERA, J. I. (1992/3): «Fusiones, adquisiciones y separaciones: teorías y evidencia en España y en EEUU», *Cuadernos Económicos de ICE*, n.º 52.

RUIZ CÉSPEDES, T. V. (1999): «Principales magnitudes de la actividad manufacturera española, series desagregadas (1966-1996)», *Economía Industrial*, n.º 329.

SCHERER, F. M. y ROSS, D. (1993): *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Houghton Mifflin Company, Boston.

STENGG, W. (2001): «The Textile & Clothing Industry in the EU: a Survey», *Enterprise Papers*, n.º 2, European Communities.

VIVES, X. (1990): «Conceptos y evidencia preliminar», en X. Vives y J. Gual (dirs.), *Concentración empresarial y competitividad: España en la CEE*, Ariel Economía/Fedea.