MÓDULO 9

Mercados y Competencia

Guía gratuita · Un adelanto del libro

Detrás de cada precio que pagamos hay una batalla. ¿Por qué el agua de nuestra ciudad la vende una sola empresa y las hamburguesas, cientos? ¿Por qué un conflicto al otro lado del mundo hace subir el precio del pan en nuestro barrio? ¿Y QUÉ SIGNIFICA DE VERDAD SER RICO?

Este noveno y último módulo sale de la empresa para mirar el tablero completo: cómo compiten las empresas entre sí y cómo todo se conecta con la economía mundial. Es, además, el cierre de nuestro viaje, del bolsillo de una sola persona al planeta entero. Aquí te dejamos un adelanto de lo que vas a descubrir.

NO SE COMPITE IGUAL CUANDO SOMOS UNO
QUE CUANDO SOMOS MIL

01 · FORMAS DE MERCADO

CÓMO SE COMPITE SEGÚN QUIÉN ESTÉ EN LA CANCHA

Un MERCADO es cualquier lugar, físico o digital, donde se encuentran quienes quieren vender y quienes quieren comprar. Del tira y afloja entre la OFERTA (lo que se ofrece) y la DEMANDA (lo que se quiere) nace el precio: si algo escasea y mucha gente lo quiere, sube el precio; si un bien sobra, o pocos lo buscan, su precio baja. Pero no se compite igual en todos los mercados, y los economistas distinguen cuatro formas. En un extremo está la COMPETENCIA PERFECTA: muchísimos vendedores con un producto casi idéntico, como el trigo, donde nadie controla el precio. Es más un ideal teórico que una realidad, pero nos sirve de referencia.

La más común en nuestro día a día es la COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA: muchos vendedores, pero cada uno intenta ser distinto (hamburgueserías, marcas de ropa, apps de música), y sus armas son la marca, el diseño y la publicidad. En el OLIGOPOLIO, unas pocas empresas grandes se reparten el mercado (telefonía, aerolíneas, consolas) y se vigilan como en una partida de ajedrez:



a veces estalla una guerra de precios y otras caen en la tentación del CÁRTEL, un acuerdo secreto para mantener los precios altos. Y en el otro extremo está el MONOPOLIO, con un único vendedor que fija el precio porque el cliente no tiene alternativa, protegido por BARRERAS DE ENTRADA que impiden que aparezcan rivales.

La regla es sencilla: cuanta menos competencia hay, más poder tiene quien vende sobre el precio… y menos gana quien compra. Por eso la competencia, en general, es buena para nosotros: baja los precios, mejora la calidad y empuja a innovar. Y cuando alguien hace trampa (acuerdos secretos, vender a pérdida para hundir a un rival pequeño o engañar con la publicidad), entran en juego los organismos públicos de DEFENSA DE LA COMPETENCIA, que no juegan el partido, pero vigilan que nadie haga trampas.

02 · GLOBALIZACIÓN, COMERCIO INTERNACIONAL Y COMMODITIES

EL MERCADO YA NO ES TU BARRIO: ES EL PLANETA ENTERO

La GLOBALIZACIÓN es el proceso por el que países, empresas y personas están cada vez más conectados. Nos trae más VARIEDAD de productos y precios más bajos, porque se produce donde resulta más eficiente; pero también tiene críticas: crea DEPENDENCIA entre países, puede trasladar empleos de un lugar a otro y deja una factura ambiental por tanto transporte. Su corazón es el COMERCIO INTERNACIONAL, que se apoya en una idea sencilla: la VENTAJA COMPARATIVA. Cada país se especializa en lo que hace mejor o más barato y luego intercambia con los demás, igual que en un equipo cada uno hace lo que mejor se le da. Aquí entran las exportaciones, las importaciones, los ARANCELES (un impuesto a lo que entra de fuera) y los bloques comerciales como la Unión Europea o el Mercosur.

La sangre de ese comercio son las COMMODITIES, las materias primas básicas: petróleo, gas, oro, cobre, trigo o café. Son HOMOGÉNEAS (un barril de petróleo es prácticamente igual a otro, venga de donde venga), y por eso su precio es casi el mismo en todo el mundo. Ese precio lo mueven la oferta y la demanda de todo el planeta: si un país enorme como China necesita mucho cobre para construir, el cobre sube para todos. Pero también lo mueven la LOGÍSTICA (basta un canal bloqueado para que medio mundo lo note) y la POLÍTICA: un conflicto, unas sanciones o la falta de una pieza diminuta, como los chips, pueden parar fábricas enteras en la otra punta del planeta.



América Latina ocupa un lugar muy especial en este tablero: es una de las grandes despensas de materias primas del planeta, con el COBRE de Chile, la SOJA de Argentina y Brasil, el CAFÉ de Colombia o el LITIO que necesitan las baterías del futuro. Eso trae grandes oportunidades, pero también una trampa conocida: si un país depende de vender una sola materia prima, cuando su precio cae, sufre toda su economía. Por eso es tan importante DIVERSIFICAR, también a escala de un país entero.

HASTA EL OBJETO MÁS SENCILLO HA DADO LA VUELTA AL MUNDO ANTES DE LLEGAR A TUS MANOS


Hemos hablado mucho de dinero, mercados, empresas y decisiones. Pero decidme algo: ¿para qué sirve realmente aprender economía?
Para comprender mejor la sociedad en la que vivimos. El dinero no está separado de nuestras decisiones, de nuestras leyes ni de nuestra forma de convivir.
PLATÓN
Y para distinguir entre tener riqueza y utilizarla bien. Acumular bienes no puede ser el objetivo final. Lo importante es lo que hacemos con ellos.
ARISTÓTELES
Una sociedad también necesita comprender cómo circula la riqueza. Si el comercio funciona, las personas producen, intercambian y prosperan. Si ese equilibrio se rompe, las consecuencias alcanzan a todos.
GUAN ZHONG
Precisamente. Cuando millones de personas trabajan, producen e intercambian, cada decisión individual termina formando parte de algo mucho mayor.
ADAM SMITH
Entonces, ¿estudiamos economía simplemente para ganar más dinero?
No. La estudiamos para tomar mejores decisiones sobre recursos que siempre son limitados.
ADAM SMITH
Y una buena decisión no debería preguntarse únicamente: "¿qué gano yo?", sino también: "¿qué sociedad estamos construyendo?
PLATÓN
Porque la economía debe estar al servicio de las personas, y no las personas al servicio de la economía.
ARISTÓTELES
Además, cada generación recibe algo de la anterior: conocimientos, instituciones, caminos, errores y oportunidades.
GUAN ZHONG
¿Y qué debería hacer con todo eso?
Comprenderlo, mejorarlo y entregarlo a quienes vienen después.
GUAN ZHONG
Una generación que entiende cómo se crea, se invierte y se distribuye la riqueza tiene más herramientas para construir prosperidad.
ADAM SMITH
Pero también necesita valores para decidir qué hacer con esa prosperidad.
PLATÓN
Conocimiento sin propósito no basta.
ARISTÓTELES
Entonces quizá esta sea nuestra última pregunta: ¿qué deberíamos dejar a la próxima generación?
Más oportunidades.
Una economía más sólida.
Entonces nuestro verdadero legado no será decirles qué decisiones deben tomar, sino enseñarles a comprender, preguntar y pensar antes de decidir.
El criterio para utilizar bien sus recursos.
Y la capacidad de imaginar una sociedad mejor.
ADAM SMITH
GUAN ZHONG
SÓCRATES
ARISTÓTELES
PLATÓN
Porque comprender la economía no consiste solamente en aprender a manejar el dinero.
Consiste en aprender a construir un futuro mejor con los recursos que tenemos.