

GUÍA PEDAGÓGICA: ¿Qué sabes de Economía?

Contenido seleccionado: conocimientos previos sobre economía.

Desarrollo de actividades

1. Lee atentamente el texto transcrito al final de esta guía pedagógica ¿Quién paga su café? de Tim Harford: El Economista Camuflado (La economía de las pequeñas cosas), Conecta, 2014. (Págs. 21-26), analiza y responde:
 - a. Subraya las palabras que no sabes su significado y búscalas en el diccionario
 - b. Selecciona una lista de frases, del texto de Tim Harford, que consideres que están vinculados con la vida económica y explique el porqué de su elección.
 - c. ¿Crees que solo el caso de las cafeterías pueden ser descriptas y analizadas como lo realiza Tim Harford?
 - d. Piensa y redacta una actividad de tu vida cotidiana que puedas analizarla como lo hace Tim Harford. ¿Qué tienen en común?
 - e. Cuando regresemos a nuestra actividad escolar vamos a compartir las frases que escribiste con tus compañeros sobre tu vida cotidiana que piensas que están vinculadas con la Economía.
 - f. Haz una lista de las decisiones que debes tomar en tu vida.
 - g. ¿Cuáles de esas decisiones crees que son económicas? ¿Por qué?

¿Quién paga su café?¹

El largo desplazamiento diario al lugar de trabajo en transporte público es una experiencia común en la vida de las grandes ciudades de todo el mundo, tanto si uno vive en Nueva York como en Tokio, Amberes o Praga. El hecho de tener que desplazarse cada día para ir al trabajo combina de manera desalentadora lo universal con lo particular. Lo particular, porque cada una de las personas que lo experimentan es un ratón en su propio y único laberinto: cronometrando la apresurada carrera desde la ducha hasta los torniquetes de entrada a la estación; estudiando los horarios y la salida correcta del andén para acelerar el transbordo entre distintos trenes; sopesando las desventajas de tener que viajar de pie en el primer convoy de regreso a casa frente a la de hacerlo sentado en el último. Sin embargo, tales desplazamientos cotidianos también producen una serie de pautas comunes - embotellamientos y horas pico- que son explotadas por empresarios de todo el mundo.

Como todas las estaciones de Londres en hora pico, la de Waterloo está abarrotada de viajeros irritables y faltos de sueño. Hay setenta y cuatro millones de ellos al año, la mitad con el cuello estirado tratando de encontrar el horario de salidas, mientras los otros treinta y siete millones con la vista fija al frente, intentan salir de la estación abriéndose paso a empujones.

Este segundo grupo - en el que me incluyo- está formado por personas a las que no es nada fácil desviar de su camino. Quieren salir del ruido y el ajetreo, esquivar a los turistas embobados que caminan arrastrando los pies y llegar a sus mesas de trabajo justo un poco antes que sus jefes. No les gustan los rodeos. Pero hay un lugar de paz y bienestar que puede tentarlos a detenerse durante un par de minutos. En ese oasis se sirven raros placeres con una sonrisa por parte de hombres y mujeres atractivos y exóticos; hoy concretamente, una encantadora barista² cuya placa de identificación reza: JACINTA. Me estoy refiriendo a un puesto de la cadena AMT Coffee. Pero aunque el lector no haya oído hablar nunca de AMT Coffee, sin duda sabrá exactamente de lo que hablo. Ese mismo tipo de establecimiento se encuentra en todo el planeta, y sirve a similares viajeros desesperados que acuden a su trabajos....

Un capuchino doble en AMT no es caro como un café en algunas de esas grandes cadenas más conocidas del mercado aunque no se puede decir que sea barato. Pero por supuesto puedo permitírmelo. Como muchas de las personas que se detienen en este tenderete, lo que cuesta ese café lo gano en pocos minutos. Ninguno de nosotros se toma la molestia de perder el tiempo en intentar ahorrar unos cuantos peniques buscando un café barato a las ocho y media de la mañana. Queremos un café ya, y hay setenta y cuatro millones de personas como nosotros. De ahí la importancia de la situación de la cafetería.

La ubicación de la cafetería AMT en la estación de Waterloo es ventajosa, no solo porque se halla en la ruta más eficiente desde los andenes hasta la salida de la estación, sino también, porque en dicha ruta no hay ninguna otra cafetería. Apenas resulta sorprendente que hagan un gran negocio.

Si usted compra tanto café como yo, puede que haya llegado a la conclusión de que alguien se está haciendo asquerosamente rico con todo esto. Si las ocasionales quejas de los periódicos son correctas, el café con el que se hace ese capuchino cuesta solo unos peniques. Desde luego, los

¹ Tim Harford: El Economista Camuflado (La economía de las pequeñas cosas), Conecta, 2014. (Págs. 21-26).

² Barman especializado en cafetería (N. del T).

periódicos no nos cuentan toda la historia, está también la leche, la electricidad, el costo de las tazas de papel... y el costo de pagar a Jacinta para que sonría durante todo el día a unos clientes malhumorados. Pero después de sumar todo eso, lo que uno recibe todavía sigue estando muy por debajo del precio de una taza de café. Según el profesor de economía Brian McManus, los márgenes comerciales del café rondan el 150 por ciento; cuesta 40 centavos preparar una taza de café de máquina de un dólar, y menos de un dólar preparar un café cortado que se vende a 2,55 dólares. De modo que hay alguien que está ganando mucho dinero. ¿Quién?

Cabría pensar que los candidatos evidentemente son Alistair, Allan y Angus McCallum-Toppin, los fundadores de AMT. Pero la respuesta no puede ser tan simple como eso. La principal razón de que AMT pueda cobrar 1,55 libras por un capuchino es que no hay nadie que tenga un puesto al lado y cobre 1,45. Entonces ¿porqué no hay nadie junto a AMT reventando sus precios? Sin ánimo de menoscabar los logros de los emprendedores de McCollum-Toppin, en realidad los capuchinos no son productos complicados. No hay escasez de capuchinos bebibles (por desgracia, tampoco hay de capuchinos imbebibles). No se necesitaría mucho para comprar unas cuantas cafeteras y una barra, crear una marca con un anuncio publicitario y algunas muestras gratuitas, y contratar a una persona decente. Hasta Jacinta es reemplazable.

Lo cierto es que la ventaja más significativa del bar AMT es su emplazamiento en la « línea del deseo »³ de setenta y cuatro millones de viajeros que acuden diariamente a su trabajo. Está en el mejor punto en el que podría emplazarse una cafetería. Y cabe suponer sin temor a equivocarse que AMT tiene un acuerdo con su arrendador para que no se permita una competencia directa junto al lado. Para montar una cafetería rival, o bien hay que irse a otra parte, o bien esperar que expire el contrato vigente. El bonito margen que AMT obtiene de sus capuchinos no se debe a la calidad del café, ni al personal, sino que es cuestión, especialmente, de situación, situación y nada más que a situación.

Pero ¿quién controla la situación? Adelantémonos a las negociaciones para el nuevo acuerdo de alquiler. La arrendadora es la empresa dueña del vestíbulo de la estación de Waterloo, Network Rail⁴. Dicha empresa está en conversaciones con los hermanos AMT, pero también con representantes de otras cadenas como Costa Cafee, Ritaza, Aroma, Pret A. Manger, Café Nero, Starbucks y otra media docena de aspirantes a « *cafiempresarios* ». El gerente de Network Rail puede firmar un acuerdo con cada uno de ellos, o puede firmar exclusivamente con uno solo. Pronto descubrirá que a nadie le entusiasma demasiado pagar mucho por un espacio junto a otras doce cafeterías, de modo que obtendrá mayor ventaja con un acuerdo exclusivo.

Para tratar de averiguar quién va a ganar todo el dinero, simplemente recuerde que en un lado de la mesa de negociaciones hay trece empresarios de cafetería, mientras que en el otro lado se sienta un gerente que posee un emplazamiento único perfecto para una cafetería. Siendo trece contra uno, es probable que los trece lleven las de perder. Enfrentados entre sí debería permitir al gerente de Network Rail imponer sus condiciones, y obligar a cada uno de ellos a pagar más o menos el equivalente a todos sus beneficios previstos. Todo lo que de otro modo habría esperado ganar debería ir a parar a la factura del alquiler.

Hay aquí una pauta que se repite: el poder de la escasez ha aparecido dos veces en dos páginas. En primer lugar, AMT tiene el poder de cobrar precios caros gracias al solitario emplazamiento del

³ En inglés *desire line*: atajo entre dos puntos que se forma espontáneamente por el paso continuado de personas, animales o vehículos, y que suele desviarse de la ruta oficial (N. del T.).

⁴ La empresa gestora y propietaria de la infraestructura ferroviaria en Reino Unido (N. del T.).

puesto de café. En segundo, Network Rail tiene el poder de cobrar alquileres caros gracias a que solo hay un emplazamiento y montones de empresas ansiosas por utilizarlo para vender café.

Este es un claro razonamiento de salón, resulta razonable preguntarse si es realmente cierto. Cuando en una ocasión expliqué todos los principios involucrados a una sufrida amiga (tomando café), ella me preguntó si podía demostrarlo. Hube de admitir que era solo una teoría. Al cabo de un par de semanas me envió un artículo del *Financial Times* que se basa en expertos del sector que tenían acceso a las cuentas de las empresas cafeteras. El artículo empezaba diciendo: "Hay pocas empresas que ganen dinero en el mercado de cafeterías del Reino Unido, y concluía que uno de los principales problemas eran los "costos elevados de gestión de puntos de venta en emplazamientos privilegiados con una significativa clientela de paso". Parece, pues, que el razonamiento de sillón es el modo fácil de llegar a la misma conclusión.

Nadie garantiza que la forma de concebir el mundo de los economistas produzca la respuesta correcta. Pero sí da ideas sobre el mundo que se aplican de manera mucho más generalizada que las cuentas de un analista de cualquier sector: si es posible hacer un trato provechoso entre alguien que tiene algo único y alguien que tiene algo que se puede reemplazar, entonces los beneficios serán para el dueño del recurso único.

Nombre y apellido del Director: Jorge Codorniú