



**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

**“LAS INTERACCIONES ORGANIZACIONALES DESDE LA VISIÓN ECOLÓGICA:  
LA DEPREDACIÓN**

---

**Abstract**

**Bajo la investigación “LAS INTERACCIONES ORGANIZACIONALES DESDE LA VISIÓN ECOLÓGICA: LA DEPREDACIÓN” que hace parte del trabajo de doctorado de la Señora Ángela Noguera, se encuentra en este documento un avance que describe la relación que se ha encontrado en diversas fuentes en cuanto a la relación entre el concepto biológico de “Depredación” y las organizaciones tal como las conocemos hoy en día. Es un trabajo donde se realizan resúmenes de las investigaciones ya existentes sobre estos temas, es decir un estado del arte.**

**Nombre del autor:** Moore, James F

**Nombre del trabajo:** Predators and Prey: A New Ecology of Competition.

**Fecha de publicación:** may- June 1993

**Nombre de la revista o journal:** Harvard Business review, 75-86

### **Planteamientos iniciales del autor:**

Para comenzar, el autor comenta que los gerentes de las organizaciones están viendo como cambia el entorno empresarial constantemente y sugiere que con el mismo dinamismo deberían cambiar las teorías administrativas. Este trabajo busca un nuevo enfoque teórico, basándose en un libro de Ecología escrito por Gregory Batesons llamado "Mind and Nature". El autor sugiere entonces que una compañía no debe ser vista solamente como una parte de una industria, sino como una parte de un ecosistema empresarial que incluye múltiples industrias.

En este entorno, al igual que en la biología, se establecen relaciones de cooperación y de parasitismo por ejemplo al momento de lanzar nuevos productos y de satisfacer al cliente en el ámbito empresarial. Dentro de estos ecosistemas hay empresas líderes que son muy valoradas ya que marcan tendencias, de decir, no todas las empresas se encuentran en la misma posición dentro del ecosistema. La importancia para los directivos radica en entender como funcionan estos ecosistemas para así poder situarse en una posición que les permita desarrollar una ventaja competitiva para sus empresas.

### **Desarrollo del tema:**

Siendo así el autor procede a establecer una metáfora entre el ámbito empresarial y los ecosistemas biológicos donde el agua, el sol y los nutrientes se convierten en el mundo empresarial en el capital invertido, los clientes y la innovación.

El autor plantea 4 fases para la evolución del ecosistema empresarial y son; el nacimiento, en donde se establece el primer contacto con el medio y en esta fase investigativa se realiza el marketing mix, la expansión, en donde se incrementa la participación en el mercado como lo hacen las bacterias con su crecimiento exponencial, el liderazgo en donde se busca lograr una posición dominante dentro del ecosistema y por último la auto-renovación en donde se busca innovar para nutrir el ecosistema existente.

El autor toma 4 ejemplos, primero el de Apple donde se verifica que la empresa atravesó por las 4 fases y luego el del sector de los automóviles donde sucede una situación similar, así con estos ejemplos clásicos, se ve claramente la relación positiva entre la biología y el ámbito empresarial.

En el caso del ecosistema de autos vemos como el "ecosistema Ford" se ve obligado a una innovación profunda después que el "ecosistema Toyota" y la tecnología japonesa entraron en contacto con sus clientes, el autor define esta situación como guerra ecológica. De este modo, los

clientes se ven enfrentados a una “diversidad genética” donde podrán escoger la oferta que mejor se adapte a sus necesidades.

Para que las especies se puedan desarrollar, el ecosistema tiene que estar en equilibrio y con abundantes recursos, igual les sucede a las empresas, que para aumentar su talla deben encontrarse en un sector con alto potencial que se lo permita.

Otra característica por la cual podemos ver la similitud es que así como un cambio inesperado puede acabar con un ecosistema biológico, un drástico cambio no previsto en el ámbito empresarial puede llevar a la liquidación de un negocio o también se puede ver un crecimiento exponencial, por ejemplo, el autor aborda el caso de “ecosistema Wal-Mart”, en donde una pequeña tienda de descuentos logro crecer exponencialmente ( 32 tiendas 1970 a 551 en 1983) logrando un liderazgo notable dentro del conjunto de tiendas de descuento y que gracias a sus estrategias esta en constante renovación conservando su posición dominante en el mercado.

Para terminar con los ejemplos de ecosistemas, menciona otro que es el “ecosistema farmacéutico” y el “ecosistema farmacéutico genérico “y como estos se relacionan, el líder se llama el “constructor de ecosistema”. Por ejemplo vemos los laboratorios Merck y los seguidores (genéricos) quienes se aprovechan en forma de parásitos y así se benefician de la investigación realizada por los líderes.

### **Conclusiones:**

Algunas conclusiones a las que llega el autor son que se necesita una gerencia capaz de entender los ecosistemas empresariales y las relaciones que se desarrollan entre estos entonces usando un enfoque ecológico los directivos pueden cuestionarse acerca de la evolución de su compañía y de la competencia desde otro enfoque.

También se podrá entender desde otra perspectiva el terreno organizacional y como todas las compañías que lo conforman pueden ser tan diferentes unas de otras como pasa con los organismos vivos. También dice que la metáfora no se puede tomar en un sentido estricto de la palabra, hay que mirar que elementos se pueden utilizar que sean útiles para el contexto empresarial, por ejemplo, la diferencia principal entre el ámbito biológico y empresarial es que las organizaciones están construidas por los organismos mas inteligentes que somos los seres humanos, que nos encontramos a diario enfrentados a dilemas complejo y tratamos de analizar bien las consecuencias antes de tomar una decisión.

Es así como se llega a la última conclusión del trabajo es que en el ámbito empresarial y biológico el mas apto es el que sobrevive.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** LiarteSébastien

**Nombre del trabajo:** Mutualisme, prédation et parasitisme : la concurrence

**Fecha de publicación:** 2005

**Nombre de la revista o journal:** Université Paris-Dauphine

## **Planteamientos iniciales del autor:**

En este documento el autor plantea un modelo económico de diferenciación, es decir, que tan sustituto puede ser un producto de otro, desde el punto de vista de la localización (que tan lejos o cerca queda de mi posición actual). El cliente escoge el producto teniendo en cuenta su ubicación, por ello, la localización a modo de estrategia estratégica puede desencadenar en comportamientos de mutualismo, parasitismo o depredación entre las diferentes empresas.

La ubicación que tenga un negocio tiene un alto impacto en las ventas y también la ubicación de los negocios que lo rodean, así ofrezcan productos sustitutos o complementarios, estas decisiones influyen en el desarrollo de la zona. Las empresas pueden escoger ubicarse lejos o cerca de la competencia, si escogen una posición lejana puede ser muestra de que quieren evitar contacto con la competencia, mientras que una posición cercana podría terminar en afrontamiento o cooperación y es ahí donde se ve una relación con la biología.

## **Desarrollo del tema:**

Una posición cercana puede ser el nacimiento de un cartel o por el contrario puede crear una presión hacia la competencia. Esta situación de proximidad con la competencia puede desembocar entonces en un comportamiento similar a las relaciones que ya conocemos en la biología como el parasitismo, el mutualismo y la depredación.

### **1. Mutualismo** colaborar con la competencia

Como primera posibilidad expone el mutualismo, en donde 2 o más empresas se benefician de su cercanía, creando sinergias positivas donde comparten costos y ambas se pueden acercar más al cliente. De esta manera cuando el cliente percibe una zona comercial, puede tener más incentivos para desplazarse hacia esta ya que puede encontrar más variedad. Un ejemplo es una zona de comidas, así el cliente tiene incentivos de variedad y los restaurantes se benefician ya que la zona atrae más clientes. Dentro del mutualismo encontramos comensalismo (uno se beneficia y el otro ni se beneficia ni se perjudica) y simbiosis (ambos se benefician). Esta situación puede ser inestable en el tiempo por el problema de "free-rider", es decir, cuando una empresa quiere beneficiarse a costas de otra sin colaborar con la zona comercial.

### **2. Parasitismo** estar cerca para aprovecharse de la competencia

El problema del "free rider", se presenta cuando una empresa deja de colaborar con las demás y se aprovecha de el esfuerzo que las demás empresas están haciendo sin mostrar ningún tipo de colaboración, se dice que es un parásito. Un ejemplo es la tienda IKEA, cuando ella va a abrir un almacén, seguramente crea vías y parqueaderos para atraer a sus clientes, esto atrae a los "parásitos" que pueden ofrecer unos precios más bajos ya que no tuvieron que invertir en estos costos y aprovechan toda la infraestructura de IKEA para realizar sus ventas.

### 3. Depredación ~~es~~ estar cerca para acabar con la competencia

El acercamiento geográfico puede ser un arma para acabar con la competencia, sin embargo, no hay mucha literatura sobre este tema. Un ejemplo es Starbucks ya que es una empresa grande, que tiene el capital para ser líder de la zona y quebrar a la competencia con sus productos de calidad y su buena posición en el mercado.

Para terminar el autor desarrolla el ejemplo de MC DONALD'S y QUICK (cadena de comida rápida francesa) quienes juntas venden el 99% de hamburguesas en Francia, se realiza el estudio solamente en París con ayuda del INSEE. Después de realizarlo se concluye que Quick analiza muy bien su ubicación teniendo en cuenta la de Mc Donald's quien es la líder y se ven diferentes relaciones según los barrios en la ciudad. Por ejemplo en Champs-Élysées se ve una relación de mutualismo, mientras que en los barrios de clase social mas baja se ve una depredación por parte de Mc Donald's, también se desarrollan relaciones con las empresas que son mucho más pequeñas y ahí se ve una situación de parasitismo.

#### **Conclusiones:**

Existe una tendencia a la aglomeración ya que cuando las empresas ofrecen una zona comercial atraen mas clientes por la variedad que ofrecen y así varias empresas se benefician (mutualismo). Dentro del ámbito empresarial, antes de tomar una posición radical como la depredación o el mutualismo puro, existe una amplia gama de relaciones que se pueden crear, es decir, pueden competir en algunos campos y colaborar en otros.

Este trabajo se realiza para que los dirigentes tengan en cuenta que la localización de su negocio es un factor clave, ya que según esta, se pueden desarrollar diferentes lazos con las empresas que se encuentran en el mismo entorno. También concluye que el mutualismo es una estrategia que se logra después de un acuerdo y no llega espontáneamente y que las empresas que no quieren hacer parte de estos acuerdos, pero si pretenden beneficiarse son los parásitos, por otro lado, la estrategia de depredación es eficaz y entra en acción una vez la competencia haya desaparecido, a su vez, es la estrategia mas riesgosa ya que es la mas costosa. Si la "presa" es mas fuerte de lo que se pensaba se puede terminar en una situación de fuertes perdidas para ambas, por ejemplo una guerra de precios.

#### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** Colma. German

**Nombre del trabajo:** Un modelo integrado de depredación y colusión

**Fecha de publicación:** Abril 2002

**Nombre de la revista o journal:** Cuádreros de economía, Año 39, No 116 Páginas 123-133.

#### **Planteamientos iniciales del autor:**

El objetivo de este trabajo es presentar un modelo económico desde el punto de vista de la depredación, en donde se asumen supuestos económicos como que hay información completa entre las firmas y además se tiene en cuenta un factor de descuento, es decir, cuanto valoran las firmas el presente en comparación al futuro, un valor cercano a 0 muestra que la firma tiene una preferencia por los beneficios presentes y un valor cercano a 1 es por el contrario, que la firma valora más los beneficios futuros (este problema se resuelve con ayuda de un modelo matemático).

### **Desarrollo del tema:**

Las estrategias que puede adoptar una firma son de competencia, colusión o depredación. Este trabajo utiliza la teoría de juegos, en donde, con el apoyo de un juego simultáneo repetitivo se puede mostrar la estrategia óptima, es decir, el equilibrio.

Generalmente cuando los costos de instalación de una empresa son muy elevados, se hacen acuerdos y las empresas actúan en colusión para recuperar la alta inversión.

En principio una firma se enfrenta a las posibles estrategias: depredar-competir o colusión-competir.

Los pagos según las estrategias son: si las dos actúan como depredadoras, ambas tienen una pérdida de sus costos fijos. Cuando ambas compiten, obtienen beneficios de competencia perfecta. Cuando una es depredadora y la otra presa, la depredadora a largo plazo obtiene beneficios de monopolio y la presa beneficios iguales a cero. Cuando ambas realizan una colusión obtienen beneficios de monopolio y cuando una colude y la otra se desvía, en el corto plazo la que se desvía “parasito” tiene mayores beneficios.

**Resultados del juego:** se descompone según la valoración del presente por cada firma:

- Factor de descuento bajo para ambas (valora más el presente) se encuentran en situación de competencia perfecta.
- Factor de descuento alto para ambas (valora más el futuro) las predicciones del modelo son inciertas
- Factor de descuento alto para una y bajo para otra: se encuentran en equilibrio, la empresa que valora más el futuro (generalmente multinacionales) actúan como “depredadoras” y las que valoran más el presente actúan como “presas”

Se llega a la conclusión que hay 2 equilibrios de Nash: Competencia-Depredador, Depredador-Competencia. Es decir siempre vamos a encontrar un depredador entre las empresas, esta situación conduce generalmente a una guerra de precios y en el largo plazo más débil sale del mercado dejando así a la depredadora en situación de monopolio con altos beneficios.

### **Conclusiones:**

La estrategia que cada empresa decida adoptar depende de su estructura de costos fijos y de la forma como ellas valoran el presente. Estos 2 factores hacen que la empresa se comporte como: depredadora, es decir, creando una estrategia para que la competencia salga totalmente del mercado y así en el largo plazo tener un monopolio. Otra alternativa es la colusión, cuando los

costos fijos son elevados y prefieren no hacer una guerra de precios, al contrario limitan las cantidades para poder mantener precios altos en el mercado y así cubrir sus costos fijos obteniendo beneficios positivos. La otra alternativa es de comportarse bajo el modelo de competencia perfecta. Si los factores de descuento son distintos que es generalmente lo que ocurre en la vida real, vamos a encontrar a una empresa que es depredadora, generalmente la más fuerte y la más débil va a ser la “presa” que finalmente va a salir del mercado. El depredador depreda. La colusión por parte de ambas empresas (mutualismo) es raro de encontrar ya que es altamente probable que una empresa se vea tentada a desviarse, es decir, romper el acuerdo y convertirse en parásito.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** Higgins, Steve

**Nombre del trabajo:** Predatory Practices

**Fecha de publicación:** 2009

**Nombre de la revista o journal:**

### **Planteamientos iniciales del autor:**

Este artículo vemos las prácticas depredadoras desde el punto de vista financiero, después de la crisis que sufrió Estados Unidos y que alteró la economía mundial en 2008. Este artículo nos muestra cómo los inversores, bien sean empresas o particulares tienen un dinero que puede ser visto como la “presa” y las entidades financieras como bancos o corredores de bolsa pueden ser los depredadores.

### **Desarrollo del tema:**

Entre estos se establece una dinámica similar ya que los bancos necesitan fondos y deben salir a buscar este dinero, es decir, las “presas”. Ambos se pueden beneficiar de dichos movimientos de capital, estableciendo una relación de “mutualismo” o en el peor de los casos el depredador puede acabar con la “presa” como ocurrió con el caso Madoff y la crisis financiera. En base a esto, hay algunos consejos para la “presa”, es decir, para que las personas no pierdan dinero al invertirlo.

Los consejos son:

- No confiar en los reguladores que impone el gobierno ya que pueden ser sobornados para esconder la realidad de los fraudes o no pueden tener el suficiente conocimiento en materia de finanzas.
- Diversificar la inversión y así reducir al mínimo el riesgo.
- Realizar una investigación y no dejarse guiar por la opinión de algunos cuantos.
- Tener los propios “mecanismos de defensa” o alarmas para saber cuando algo anda mal.
- Así como lo hacen en el mundo biológico los animales hay que usar el sentido común para sospechar cuando se está cerca al peligro.

### **Conclusiones:**

Madoff fue como un tiburón que entro en el océano financiero y busco presas fáciles, para utilizar su dinero creando burbujas especulativas que al final de cuentas terminaron por reventar, causando así la muerte de las “presas”. En los negocios, como en el reino animal, hay que crear estrategias, modalidades de defensa que nos permitan saber cuando un depredador se esta acercando a su presa para así tomar las medidas necesarias y poder sobrevivir a la presencia de estos depredadores. Después de una crisis como la que se sufrió en Estados Unidos, “las especies” desarrollan nuevas habilidades y es así como evoluciona el sistema, con mejoras que de pronto un hubieran sido posibles si esta grave crisis no se hubiera presentado.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *Cure, José R. Gutiérrez Andrew P*

**Nombre del trabajo:** *El ser humano y la economía de la naturaleza*

**Fecha de publicación:** 2006

**Nombre de la revista o journal:**

### **Planteamientos iniciales del autor:**

Las formas de las funciones que expresan procedimientos biológicos son muy semejantes a las funciones que expresan el comportamiento de las compañías, es decir, se podría hacer un paralelo, podemos empezar con el nombre; ecología y economía previene de la misma raíz *Oikos* que significa casa, en ambas ciencias se trata del manejo de recursos. Estas funciones pueden ser de la forma exponencial o de rendimientos decrecientes según la situación y la disponibilidad de recursos que haya en el ambiente. Se puede ver que el fin último de las especies y de las compañías es la sostenibilidad, es decir, permanecer de manera rentable (saludable) a través del tiempo.

### **Desarrollo del tema:**

También podemos ver que el ecosistema biológico esta mas regulado que el empresarial, en este ultimo no hay reglas tan estrictas de selección natural, por ejemplo, las compañías tienen a su favor herramientas como la tecnología que las hacen mucho mas fuertes ante la competencia.

Hay tres aspectos que han dificultado la construcción de estas analogías entre la ecología y la economía y son:

- La escala de tiempo ya que en la ecología predomina el largo plazo y en la economía el corto plazo.
- La amplitud del enfoque ya que en la biología hay muchos recursos principales, mientras que en economía solo contamos con la moneda que es el principal nutriente de una compañía.
- Definiciones de demanda, oferta y consumo ya que en la economía es un concepto muy amplio en comparación a la ecología.

Ejemplos de Analogías Empresa-Ecosistema

1. *La adquisición de recursos:* en base a unos parámetros de búsqueda la empresa se encarga de conseguir una clientela estable que genere a través de las ventas recursos.

2. *Asignación de los recursos adquiridos*: una vez conseguidos estos recursos, se tienen que distribuir dentro de la organización, para ello debemos asignar prioridades, es decir, cuales son las funciones básicas. El autor plantea las siguientes analogías: respiración vs. costos de mantenimiento, reproducción vs. utilidad y crecimiento vs. Inversión, así podemos mantener a la compañía “viva”.
3. *Las estrategias de vida de los organismos*: estas estrategias y sus resultados se van acumulando en la genética que para la empresa sería el “knowhow”, este valioso conocimiento tiene impactos en la dinámica sectorial, es decir, como se adquiere, se asignan y almacenan los recursos de la empresa.
4. *Efectos bottom up y top down*: las especies y las empresas no dependen solamente de “depredadores” y “parásitos” (top down), sino también del fertilizante y del medio ambiente (bottom up) para su crecimiento.
5. *Concepto de sostenibilidad*: las compañías utilizan el capital, el trabajo y la infraestructura, como factores para lograr su sostenimiento al igual que las especies.

### **Conclusiones:**

En el ámbito biológico se encuentra una capacidad mas limitada, por ejemplo, en un organismo “depredador” que cuando se dirige a la captura de su presa depende de su fuerza física, mientras que en la economía la tecnología permite que se capture de una manera mas eficaz hasta la ultima “presa”.El ser humano construye las empresas para ir más allá (acumulación de riqueza), mientras que en el mundo ecológico se busca cubrir las necesidades básicas de supervivencia. En el ámbito empresaria y ecológico la biodiversidad es muy amplia, encontramos miles de especies diferentes así como de empresas.El fin último de ambas es la lucha por la supervivencia, en donde naturalmente se crea un proceso de selección y la empresa (especie) que mejor se adapte, lograra ser sostenible.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** Moor. James F

**Nombre del trabajo:** *Business ecosystems and the view from the firm*

**Fecha de publicación:** *Fall 2005*

**Nombre de la revista o journal:** *The antitrust Bulletin*

### **Planteamientos iniciales del autor:**

Existe una nueva teoría organizacional que se basa en los ecosistemas, esta ha cogido importancia en los últimos años y podría llegar a ser muy útil para entender las organizaciones. Mercados, jerarquías y ecosistemas son las 3 palabras claves del pensamiento moderno empresarial.

El ámbito empresarial no puede ser cambiado por una sola empresa, se habla de co-evolución, una forma de pensamiento sistémico, donde las empresas se enfrentan unas a otras, formando diferentes relaciones que hacen que el sistema este en constante evolución.

El termino ecosistema empresarial hace referencia a comunidades de actores económicos que a nivel individual comparten varios elementos con los otros miembros del ecosistema.

También se mencionan conceptos como redes que unen niches, estos niches pueden tener grados de apertura altos que facilitan las relaciones inter-firma.

Los reguladores del mercado, deben entender la naturaleza de estos ecosistemas, para así, crear leyes que maximicen el beneficio de la sociedad. Los líderes del ecosistema pueden escoger usar su poder en prácticas predatorias o de colusión para aumentar su beneficio.

### **Desarrollo del tema:**

Es difícil reconocer los ecosistemas empresariales por tres razones principalmente, primero por que las empresas no revelan sus estrategias, segundo por que hay decisiones que se toman en el camino, de manera intuitiva y tercero por que no hay mucha teoría de ecosistemas que guíe el descubrimiento de estos niches. Nace el concepto de fallas del ecosistema empresarial, en donde se miran los errores, se trata de buscar una solución y estas se buscan a nivel de todas las áreas funcionales de la empresa.

La lectura se divide en 3 partes

#### **1. Historia de los ecosistemas empresariales**

Comienza con la industria de los automóviles, ya que es un ejemplo claro de un sector con una larga historia que creó todo un ecosistema a su alrededor. Se considera la creación de carreteras, estaciones de servicio, proveedores, entre otras compañías que impulsan el desarrollo de este sector. La segunda es la industria de los computadores, que revolucionó la tecnología y ha creado todo un ecosistema alrededor de ella, de este ecosistema hacen parte grandes empresas como Hewlett-Packard, IBM y Apple. A lo largo de la historia hay varios ejemplos de Ecosistemas oligopolistas, donde toda la clientela se ve obligada a abastecerse de 2 a 5 empresas que controlan el mercado y conocen de su poder influenciando así los precios a la alza. En el desarrollo empresarial, hay una empresa que se caracteriza por ser líder en innovación. En las últimas décadas se ha visto que los sistemas prefieren las relaciones mutualistas ya que una estrategia depredadora como una guerra de precios, es costosa para las empresas. El que se ve más beneficiado es el cliente. Los reguladores deben entender estos nuevos lazos y redes para así crear una regulación que sea óptima a nivel social, como ejemplo de esta situación vemos el comienzo del sector de las telecomunicaciones. Este concepto ahora no solo se usa en la industria de los automóviles y los computadores sino en muchas más industrias como la moda, el petróleo y la energía.

#### **2. Ecosistema empresarial con bienes públicos**

Los ecosistemas empresariales contribuyen no solo al desarrollo de sectores empresariales, si no al desarrollo de la sociedad en general, por ello son de vital importancia en aspectos como la calidad de vida de la población. Para que una idea de ecosistema pase a ser realidad se necesitan elementos intangibles como un mercado y tangibles como infraestructura y financiamiento. Hay un elemento clave en los ecosistemas empresariales y es el servicio al cliente, se debe integrar poco a poco al cliente dentro de este ecosistema ya que gracias a él se crean estas complejas estructuras, para satisfacerlo. La idea de los bienes públicos se sustenta en que dentro del ecosistema hay múltiples colaboradores, cuyos intereses pueden ser diferentes, sin embargo, pueden unirse por una causa común, a lo largo de este proceso se crean estructuras en común.

Dentro del ecosistema puede haber una especie de gobierno que se encarga de regularlo, podemos ver una regulación externa o una autorregulación. Concepto de espacio de oportunidad, es lo que en biología se llama el terreno o el paisaje, si embargo, en el ámbito empresarial es intangible y es el medio donde nace la empresa y donde intenta adaptarse para sobrevivir. Todas las empresas tienen una visión diferente del ecosistema. La innovación continua es lo que esperan todos los miembros del ecosistema, solo que hay algunas empresas que trabajan de forma mutualista y otras como parásitos. También es importante mencionar que dentro de los ecosistemas hay competencia, que es un elemento clave ya que fomenta el mejoramiento continuo. El ecosistema al desarrollarse crea elementos que pertenecen a toda la comunidad empresarial y podrían ser considerados como bienes públicos. El ecosistema necesita ser financiado, así como una planta necesita un suelo rico en nutrientes, la empresa necesita ubicarse en un espacio donde los recursos sean abundantes para así crecer de una manera sana.

### **3. Factores como el abuso de poder en los ecosistemas empresariales**

Se debe hacer una relación clara entre la ley y los ecosistemas empresariales ya que la tecnología hace que los límites de estos ecosistemas sean amplios y algunas empresas pueden estar injustamente en situación de permanente desventaja. El abuso de poder se puede dar en todos los niveles del ecosistema empresarial y se debe tratar de controlar, por ejemplo, con la creación de leyes anti-monopolio. El autor está en la búsqueda de que a nivel legal y académico se reconozcan los ecosistemas empresariales para así hacer su estudio y su regulación más sencilla.

#### **Conclusiones:**

Se ha hecho un gran progreso en la teoría de los ecosistemas empresariales, cada vez hay más investigaciones e interés en el tema, lo cual ayuda a tener otra interesante visión del terreno organizacional. El ámbito empresarial, está sufriendo una de las transformaciones más grandes después de la revolución industrial, hay mucha creatividad e innovación en los ecosistemas empresariales. Los ecosistemas empresariales son más que solo las empresas, estos ecosistemas contribuyen al desarrollo de toda la población que rodea el ecosistema. Dentro de todos los ecosistemas hay diferentes niveles y dentro de ellos hay líderes, en ellos se ponen las esperanzas del crecimiento del ecosistema, ya que al tener una posición dominante pueden aportar mucho para el desarrollo de todo el ecosistema. En el presente como el futuro los ecosistemas necesitan COLABORACION Y COMPETENCIA, estos 2 factores hacen que la evolución del ecosistema se de una manera óptima y equilibrada. El interés principal es la co-evolución, que son las combinaciones de innovación que aporta cada empresa para que el ecosistema en su totalidad se haga fuerte. Cuando un ecosistema crece, se forman elementos tangibles que hacen parte de todos los integrantes y deben ser protegidos, bien sea por un proceso de auto-regulación o de un regulador externo. Esta nueva visión ecológica del mundo empresarial crece rápidamente y se ha contagiado entre las firmas y las instituciones.

#### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *Community Health Law Project*

**Nombre del trabajo:** *Predatory Lending Practices and what to do if you are at risk of Foreclosure.* **Fecha de publicación:** 2009

**Nombre de la revista o journal:**

## **Planteamientos iniciales del autor:**

Este es un manual fue creado para educar al consumidor acerca de las recientes practicas de “prestamos depredadores”, muy conocidas en Estados Unidos.

Los préstamos depredadores, son un tipo de préstamos donde la persona que recibe el dinero prestado debe pagar costos y tasas muy altas que no deberían. Los Acreedores pueden ser en general cualquier tipo de entidad financiera. Los ejemplos clásicos de prestamos depredadores son: prestar dinero sin verificar el historial crediticio, en este caso “la presa” es débil y eso les interesa mucho a los “depredadores”, también no dejar claros el plazo y el tipo de tasa (constante o variable), para así con el tiempo sorprender a la “presa” con condiciones que no conocía y adicionar productos como seguros que son a veces innecesarios para finalmente extraer mas dinero.

## **Desarrollo del tema:**

Los créditos depredadores fueron una de las causas de la crisis Subprime ya que por los ejemplos anteriores era una cartera difícil de recuperar, los clientes estaban líquidos y los bancos quienes ya habían desembolsado los préstamos de manera irresponsable (depredando) acabaron con todos los clientes (presas) y con la reputación del sector financiero (ecosistema).

Las practicas depredadoras en el ámbito empresarial son contagiosas, es decir, las entidades financieras vieron el comportamiento del líder y pensaron que era correcto, ya que son generalmente las empresas mas grandes y confiables del mercado, por ello se llego a una crisis financiera global.

También se han desarrollado una serie de estrategias para que las “presas” se defiendan de sus depredadores y tengan un mecanismo de alertas, por ejemplo, si al momento de realizar el crédito se registran en el formulario unos ingresos superiores a los reales y también si el acreedor ofrece productos que el cliente nunca ha mencionado o no necesita.

Es necesario estar en constante observación, después de la crisis las personas pueden tender a pensar que lo peor ya paso, pero si lo miramos desde la teoría ecología, los depredadores todavía están ahí presentes y han desarrollado seguramente nuevas estrategias que podrían traer iguales o peores consecuencias para los clientes.

Para los deudores que sienten que ya cayeron ante las manos de los prestamos depredadores, lo mas importante que deben saber es que no hay tiempo que perder, que estamos en un ambiente dinámico donde la situación puede cambiar de un momento a otro y que gracias a la inteligencia que caracteriza a la especie humana los papales se pueden invertir y así las presas se pueden convertir en depredares.

El modelo de las 5 fuerzas de Porter puede ayudarnos a entender muy bien esta nueva perspectiva de las “Bio-organizaciones”, donde el poder de negociación es un factor clave para la supervivencia de todas las especies.

## **Conclusiones:**

La primera conclusión que se extrae de esta guía es que los depredadores, que en este caso son las entidades que hacen parte del sistema financiero, la mayoría de las veces están a la caza de las presas fáciles, que en este caso son clientes de alto riesgo que van a poder aportar al crédito

hasta cierto punto y luego van a perder sus propiedades y probablemente van a quedar en quiebra. Desde el punto de vista ecológico se puede explicar de una manera clara y no tan compleja la crisis de los Subprime que fue un evento que transformo el ecosistema financiero. También podemos ver como el comportamiento de los líderes se contagia a lo largo de todo el ecosistema ya que así para algunos los líderes sean competencia, en este ejemplo los bancos entre si, el líder es visto por el resto del ecosistema como un ejemplo a seguir ya que se encuentra en una posición dominante que otras empresas buscan alcanzar.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *Mehlum. Halvor, Moene. Karl, Torvik. Ragnar.*

**Nombre del trabajo:** *Predator or Prey? Parasitic enterprises in economic development*

**Fecha de publicación:** 2003

**Nombre de la revista o journal:** *European Economic Review 47. paginas 275-294*

### **Planteamientos iniciales del autor:**

Este artículo nos habla de un nuevo concepto, y es del “club de los depredadores vs. club de los productores”. Las sociedades con bajas tasas de creación de empresa tienden a tener un gran club de depredadores, sin embargo, las sociedades pobres que están en permanente contacto con nuevas empresas pueden salir de este club y hacer parte del de los productores. La depredación puede ser considerada de muchas formas, entre ellas puede ser vista como un robo, un robo desleal de la clientela. Es decir, cuando las mafias quieren acabar con cierto tipo de negocios y desvían de manera fraudulenta la clientela.

### **Desarrollo del tema:**

Los productores y los depredadores hacen parte de un mismo sector y los depredadores sacan provecho de los productores para aumentar sus beneficios.

El nivel de desarrollo del país o del sector hace que las estrategias de los depredadores sean diferentes, en general, cuando hay menos desarrollo las estrategias son mas agresivas ya que los recursos son mas escasos.

La prosperidad de un ecosistema se da fundamentalmente gracias al desarrollo de sus componentes internos, en este trabajo se hace la analogía entre un país (ecosistema) y las empresas que hay en este, es decir, los componentes.

Vemos como vivimos en un mundo dinámico donde la posición de las empresas (medida por los beneficios) y de los países (PIB) cambia constantemente así como lo hace el mundo biológico con las especies que hacen parte de este. A través del tiempo unas volviéndose más fuertes que otras.

En economía hay un modelo muy famoso que sirve para explicar estas analogías y se llama “mecanismo depredador-presa”, el cual será utilizado para explicar como se llega al equilibrio empresarial para mantener sano el ecosistema (país).

Un punto que pone a las empresas (“presas”) en una situación de desventaja es el ámbito legal, ya que no existen leyes claras que impidan una depredación ilícita, es decir las tácticas de competencia desleal no están siendo sancionadas.

Vemos 2 tipos de sectores

### **1. El sector Productivo, actúan como competencia perfecta**

Son las empresas que se encargan de producir los bienes que abastecen la totalidad del mercado

### **2. El sector depredador, quienes buscan un monopolio**

Son las empresas y demás factores que impiden que los productores trabajen haciendo uso de toda su capacidad. En todas las economías el tamaño de estos 2 sectores es diferente y está definido por el número de firmas que los integran, las economías desarrolladas están formadas principalmente por un sector productivo. Cuando las empresas adoptan una estrategia de depredación es por que son fuertes y tienen la capacidad financiera y de innovación para acabar con las otras empresas, de no ser así, en el intento por destruir a las otras terminarían en quiebra ya que es la estrategia más costosa. Si en el sector hay un solo depredador, la tarea de acabar con los otros se hace relativamente más fácil ya que “las presas” creen que están en un ecosistema tranquilo y las puede coger desprevenidas. Las empresas productoras, es decir, las que han adoptado la competencia perfecta se pueden encontrar sumergidas en un sector donde exista o no depredadores y este hecho influencia directamente las utilidades y las estrategias de estas. Cuando hay muchos depredadores, la población se ve afectada ya que hay menos variedad de productos en el mercado y los precios serán más altos, por ello en conjunto el ecosistema debe realizar esfuerzos por ubicarse en un óptimo de empresas depredadoras y productoras. Si el sector productivo es muy grande se puede caer en la ineficiencia ya que no hay incentivos a la innovación (bajos niveles de competencia) y si el sector depredador es muy grande se puede caer en una trampa de pobreza ya que hay alto poder por parte de los depredadores quienes a través de estratagemas manipulan calidad y costo a su favor haciendo que la economía se estanque.

### **Conclusiones:**

Este modelo es muy intuitivo, se apoya en herramientas como las que nos da la ecología para mostrar una analogía con los sectores, en donde podemos encontrar empresas productivas y empresas depredadoras y son ellas en conjunto quienes determinan la posición de los ecosistemas, que en este caso son los países. La diferencia con la biología es que las empresas pueden escoger su posición, es decir, cuanto dinero y que estrategias elegir para estar en posición de productores (en búsqueda de la competencia perfecta) o depredadores (en búsqueda de un monopolio), mientras que en la naturaleza estas posiciones están determinadas. Muestra el dinamismo de las empresas y de la naturaleza. Así como en la naturaleza hay manadas, las empresas se clasifican en clubes, existen así 2 tipos de clubes, el de los depredadores y el de los productores, las empresas pueden escoger a que club pertenecer. El flujo empresarial (creación de nuevas empresas) hace que la economía no caiga en ciclos vicios y que por ende el ecosistema crezca más rápido y más fuerte. El rol de la legislación es clave para impedir que los depredadores triunfen formando un monopolio. La depredación es un factor de suma importancia para el desarrollo sano y correcto del ecosistema, en donde ningún extremo es positivo.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** Arnau. Susana, Castello Anna

**Nombre del trabajo:** Precios predatorios análisis legal y económico

**Fecha de publicación:** 2005

**Nombre de la revista o journal**

### **Planteamientos iniciales del autor:**

Existe un vínculo fuerte entre el tipo de competencia y la regulación. Para encontrar un desarrollo correcto de las empresas, los economistas deben trabajar de la mano del derecho para así penalizar la competencia desleal y proteger a las empresas que son más débiles. Bajo este enfoque se plantea un punto interesante que es el de los precios predatorios, que es una forma de competencia desleal y es una manera de carnavalización entre empresas.

### **Desarrollo del tema:**

La definición de la depredación en el ámbito empresarial puede ser vista como una forma de comportamiento estratégico en donde el depredador está dispuesto a incurrir en pérdidas o bajos beneficios en el corto plazo para poder acabar con la competencia y así en el largo plazo, cuando cuenta con menos competencia puede elevar los precios y mejorar las utilidades. Las características para que existan precios predatorios son las siguientes; que las compañías fijen precios iguales o inferiores al costo para hacer que el precio del producto de la competencia no sea atractivo y decrezca su demanda y también el hecho de incurrir en pérdidas, digamos por inversiones altas en plantas de producción, con el fin de eliminar a la competencia. Para que el depredador tenga éxito, él necesita también que el mercado “juegue del lado de él”, es decir que sus estrategias sean acogidas y que la demanda sea lo suficientemente elástica o inelástica a la hora de jugar con los precios. Cuando en el ecosistema hay un depredador la situación de la competencia y de los clientes se ve alterada. Los precios predatorios son una paradoja, ya que al comienzo se evidencia un comportamiento similar al de la competencia perfecta, sin embargo, a medida que la guerra de precios es insostenible para algunas empresas, estas deben salir del mercado, dejando al depredador en situación de monopolio, por ello es una situación o resultado inesperado, sobre todo para los clientes, quienes van a percibir un aumento drástico en los precios.

#### **Características del agente depredador**

1. Capacidad financiera para así poder amortiguar las pérdidas posibles de acabar con la competencia.
2. Exceso de Capacidad productiva para poder responder a los excedentes de demanda (clientes que antes eran de la competencia).
3. Agilidad e independencia en la toma de decisiones para poder así mejorar su posición en el mercado.
4. Presencia en el mercado, es decir, es más fácil ser depredador cuando la empresa se ubica en una posición de líder.

Al reunir estas características junto con una estructura de mercado a favor del depredador, se podría decir que la “presa” está acorralada y que sus posibilidades de supervivencia son bajas.

### **Conclusiones:**

Se presenta la primera relación de simbiosis en el ámbito empresarial y es entre los economistas y los legisladores, quienes deben trabajar de la mano para lograr que el terreno empresarial sea justo. Si se realiza una reducción de los precios con el único fin de aumentar el poder de mercado, es decir, que la empresa depredadora conseguiría este poder de mercado al eliminar a la presa, nos encontramos en una situación de competencia desleal. Este tipo de mecanismos solo funcionan con mercados que son muy elásticos, es decir, en mercado en donde los clientes son muy sensibles al precio. Digamos cuando hay bienes de lujo, y los clientes perciben una disminución en el precio como un deterioro en la calidad esta estrategia no funcionaria. Como la guerra de precios se da en un mismo sector, la estrategia que adopta la presa es de tratar de disminuir también los precios para no salir del mercado, se llega a una situación de guerra de precios donde solo la empresa con mejores estrategias y capital terminara por ganar

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *López Morales, José Pedro*

**Nombre del trabajo:** *Pre Política predatoria de precios aplicada por las tiendas de conveniencia cios predatorios análisis legal y económico*

**Fecha de publicación:** *2010*

**Nombre de la revista o journal**

### **Planteamientos iniciales del autor:**

En este artículo se realiza un estudio acerca de los precios predatorios, en donde se entiende como precios predatorios el hecho bajar los precios (incluso por debajo del costo) de manera provisional y estratégica, con el fin de hacer que la competencia salga del mercado y finalmente tener mas poder en el mercado. Las empresas multinacionales y grandes son las empresas que pueden darse el lujo de adaptar estrategias depredadores, por que es muy costosa. A lo largo de la historia, hay varias PYMES que han salido del mercado por que su estructura de costos no les permite ponerse a la par con los precios de la competencia.

### **Desarrollo del tema:**

El precio de los productos es una variable clave del “marketing mix” ya que es esta refleja en cierta medida aspectos como la calidad, el servicio y la exclusividad del producto. Por ello, al realizar cambios en esta, hay que tener mucha precaución y antes de pensar en acabar con la competencia pensar en el cliente y los posibles efectos que se puedan tener.

Después de haber realizado el estudio, se ha descubierto que bajo la presencia de una “depredadora”, por ejemplo en el comercio, es decir una tienda como “7-eleven”, las tiendas pequeñas que lo rodean están destinadas a desaparecer en un periodo no mayor a 2 años, si la tienda se encuentra ubicada a menos de 500 metros de distancia.

Para descubrir si en un sector hay precios predatorios, se debe establecer una metodología, la intuición nos diría que hay que observar los costos, sin embargo, muchas veces obtener los datos de esta manera es complicado, ya que es información reservada o son empresas de servicios donde los costos no están definidos de una manera muy clara.

El autor decide aplicar la técnica de Benchmarking para identificar si hay alguna empresa depredadora dentro del ecosistema.

Se selecciona entonces una cesta de productos y si hay una empresa que presente en todos los productos un precio notablemente inferior, entonces las “presas” están en riesgo y deben establecer las alertas necesarias para no salir del mercado.

En este caso no se presentan prácticas predatorias ya que después de realizar el proceso con una muestra de 86 empresas se ven fluctuaciones, es decir, en algunos productos la gran empresa tiene precios líderes, y en otros las tiendas, lo cual es normal.

Las empresas que quieren ser verdaderamente estratégicas pueden realizar una colusión, es decir hacer una especie de “acuerdo” tácito con la competencia para que ambos mantengan cierto poder de mercado y se puedan ver beneficiados de los precios altos, sin necesidad de incurrir en una guerra de precios que podría dejar en el peor de los casos a las 2 empresas fuera del mercado.

### **Conclusiones:**

Dentro de las empresas se pueden utilizar elementos tangibles, por ejemplo la capacidad de producción, o intangibles, como el precio para realizar estrategias depredadoras. Es importante que las empresas conozcan el ecosistema en el que se encuentran, que consta de clientes y de competencia, algunas empresas, dedican mucho capital a acabar con la competencia y por ello descuidan al cliente, haciendo que su estrategia tenga efectos contrarios a los deseados. Cada ecosistema es diferente, por ello es interesante realizar estudios empíricos, con muestras representativas, para saber si dentro de esta hay o no prácticas depredadoras. Realizar este tipo de estudios puede ser complejo y costoso, sin embargo, gracias a estas muestras se puede entender mejor el mundo de los ecosistemas empresariales, lo cual puede ser valioso para los gerentes y directores de las diferentes compañías.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *Fernando Jiménez Latorre*

**Nombre del trabajo:** *EXCLUSIÓN A TRAVÉS DE PRECIOS: LA DEPRDACIÓN*

**Fecha de publicación:** *2004*

**Nombre de la revista o journal**

### **Planteamientos iniciales del autor:**

Dentro de las organizaciones, existe un elemento intangible que es de gran importancia para los clientes y es el precio, las empresas que producen bienes sustitutos utilizan esta herramienta para capturar una porción más grande del mercado. Cuando dos empresas compiten por precio, se crea una guerra de precios, que desde la perspectiva del consumidor es provechosa, por ello ellos prefieren que el mercado no este regulado en el corto plazo ya que la presencia de una empresa depredadora hace que en general las empresas que están compitiendo por una misma clientela reaccionen ofreciendo mejores productos y servicios, lo cual beneficia directamente al cliente, sin embargo, el largo plazo la situación cambia. Es difícil prever lo que va a suceder en el largo plazo, por ello los reguladores deben calcular muy bien sus intervenciones.

### **Desarrollo del tema:**

Uno de los factores que fomentan el comportamiento depredador en las industrias es el abuso de las posiciones dominantes, es decir, cuando una empresa tiene poder al negociar con sus clientes y proveedores, puede planear una estrategia depredadora en donde tendrá éxito con grandes probabilidades. No todas las empresas toman estrategias depredadoras, estos líderes también saben que al tener una posición dominante, tienen una especie de liderazgo que va relacionado con altos niveles de responsabilidad con el sector y pueden buscar colaborar con las demás empresas del sector y que así todas se fortalezcan. Cuando una empresa decide adoptar una estrategia depredadora, esta dispuesta a sacrificar sus beneficios temporalmente con tal de acabar con la competencia. Este tipo de relaciones “Presa” – “depredador” ya han sido ampliamente estudiadas por la Escuela de Chicago, ubicada en los Estados Unidos, donde se han estudiado diferentes sectores y según su estructura y características se decide si debe ser reguardo o no. el principal postulado de la **Escuela de Chicago** es que: “La depredación es una conducta irracional, que raramente se practica”. Desde el punto de vista puramente económico no es racional ya que no conduce a la maximización de beneficios. Este mecanismo de depredación acarrea una pérdida segura en el corto plazo y posiblemente se recuperaran estos beneficios en el largo plazo, pero solamente si se cumple una condición muy precisa y es que el competidor salga del mercado, el riesgo es muy alto. Digamos que esta condición se da y que la competencia sale del mercado, entonces ya podría actuar como un monopolio restringiendo cantidades y subiendo precios, en ese momento, las otras empresas van a darse cuenta que ese es un sector muy bueno y los altos beneficios generados por el depredador van a atraer a nuevas empresas quienes se ven atraídos también por los bajos niveles de competencia en el sector (el depredador ya acabo con una parte de la competencia). Puede que la nueva empresa que quiera competir con el depredador y sea mas grande que esta y termine por someterlo a una nueva guerra de precios de la cual probablemente no podrá salir, por ello en principio no es una estrategia racional. La situación seria diferente si existen barreras a la entrada, así de pronto la estrategia es mas racional.

### **Conclusiones:**

Este modelo es muy intuitivo, se apoya en herramientas como las que nos da la ecología para mostrar una analogía con los sectores, en donde podemos encontrar empresas productivas y empresas depredadoras y son ellas en conjunto quienes determinan la posición de los ecosistemas, que en este caso son los países. Una diferencia con la biología es que las empresas pueden escoger su posición, es decir, cuanto dinero y que estrategias elegir para estar en posición de productores (en búsqueda de la competencia perfecta) o depredadores (en búsqueda de un monopolio), mientras que en la naturaleza estas posiciones están determinadas. Muestra el dinamismo de las empresas y de la naturaleza. Así como en la naturaleza hay manadas, las empresas se clasifican en clubes, existen así 2 tipos de clubes, el de los depredadores y el de los productores, las empresas pueden escoger a que club pertenecer. El flujo empresarial (creación de nuevas empresas) hace que la economía no caiga en ciclos vicios y que por ende el ecosistema crezca más rápido y más fuerte. El rol de la legislación es clave para impedir que los depredadores triunfen formando un monopolio. La depredación es un factor de suma importancia para el desarrollo sano y correcto del ecosistema, en donde ningún extremo es positivo.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *Díaz Castellanos, Guillermo*

**Nombre del trabajo:** *Teoría de juegos y política de precios*

**Fecha de publicación:** 2009

**Nombre de la revista o journal:**

### **Planteamientos iniciales del autor:**

La teoría de juegos es una herramienta muy útil para diseñar y conocer los resultados de las estrategias de las empresas, en este paper se presentan 3 casos de la vida real (relacionados con depredación), en donde las empresas han decidido hacer este análisis para establecer sus estrategias. Los gerentes y directores de empresa tienen una de las misiones más importantes que es la elaboración e implementación de las diversas estrategias, que ayudaran a la compañía a generar utilidades ya tener cierta posición deseada en el mercado, generalmente las compañías se ven enfrentadas a dos posiciones, atacar o no atacar a la competencia, según las condiciones del mercado y de la empresa.

### **Desarrollo del tema:**

Para poder tener éxito al realizar las diversas estrategias es necesario conocer muy bien el tipo de relaciones que se han formado entre los agentes del sector, el comprender estas relaciones hace que los agentes comprendan mejor el mercado para así tener éxito.

#### **Primer Caso: La guerra de la cerveza**

Es un mercado que generalmente ha comenzado como un monopolio, al ver los altos beneficios otra firma entra al mercado y entonces hay 2 grandes competidores.

La firma líder debe decidir si mantener los precios altos o bajarlos, la estrategia dominante en este caso es la de precios bajos, sin embargo, como es un juego dinámico, la competencia va a observar esto (en el segundo periodo) y va a intentar bajar los precios cayendo en una guerra de precios. En este caso de la cerveza, las empresas decidieron mantener sus precios altos y así mantener beneficios similares que aunque no sean de monopolio serán mucho mejores que si hay una guerra de precios, es decir, como depredadores.

#### **Segundo Caso: Depredación en un oligopolio**

Este es un ejemplo en el sector del gas, que tiene una estructura de oligopolio, teniendo en cuenta la elasticidad de la demanda que era mayor a 1 en valor absoluto (bien elástico), la empresa líder decidió bajar los precios ...¿Cuál es la mejor opción para el resto de competidores ante esta estrategia?

La solución para los seguidores es evitar bajar los precios y buscar otras formas de competencia, usando otras herramientas aparte del precio, como el servicio para que su producto sea más atractivo.

#### **Tercer Caso: Precios predatorios**

Esta es una estrategia, donde se busca bajar los precios para eliminar al competidor y cuando este se encuentre fuera del mercado aumentarlos y así los beneficios también aumentarían.

Un sector que ejemplifica la implementación de esta estrategia es el de las aerolíneas, donde compete con precios muy bajos y la líder quiere aumentar su poder de mercado haciendo que las otras salgan del mercado.

### **Conclusiones:**

La teoría de jugos es una herramienta que nos permite analizar de forma clara las diferentes estrategias que puede tener una empresa y relacionarlas con las diferentes estrategias de los competidores. Algunas empresas caen en el error de pensar que el precio es la única herramienta que pueden manipular para atraer a los clientes, lo cual es falso, dentro los estudios de mercadeo se ha descubierto que existen elementos como la calidad y el servicio que también son percibidos por el cliente y aportan valor al producto haciendo que la demanda aumente. Es muy importante para la empresa líder que va a actuar como depredadora tener capacidad ociosa, es decir, que su planta no este produciendo al 100% ya que al acabar con la competencia, los clientes que eran de esta van a comprarle ahora al líder y él debe tener la capacidad suficiente para cubrir este exceso de demanda. Las empresas se encuentran en un ambiente dinámico donde hay interacción estratégica con varios agentes. La posición de estos y las intenciones que estos tengan deben ser tenidas en cuenta por la firma en el proceso de maximización de beneficios.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *Armentano, Dominick T*

**Nombre del trabajo:** *Antitrust Reform: Predatory Practices and the competitive process*

**Fecha de publicación:** 2009

**Nombre de la revista o journal:** *The review of Austrian Economics.*

### **Planteamientos iniciales del autor:**

En los ecosistemas empresariales hay empresas que son más eficientes que otras, son las más eficientes las que logran adaptarse al medio y sobrevivir dentro del mercado. Las empresas más eficientes, generalmente se convierten en las líderes del sector y están interesadas en crear barreras a la entrada para evitar la entrada de competidores y mantener o aumentar su número de clientes. Hay un elemento clave que es la rivalidad, hay empresas que sienten que deben competir con las otras empresas, como se puede ver en la biología los diferentes niveles de competencia, hay especies que están generalmente más a la defensiva que otras y lo mismo sucede con las empresas. En los Estados Unidos, cuando una empresa incurre en la competencia desleal para aumentar su poder de mercado se dice que esta utilizando “prácticas depredadoras”. Se realiza una analogía con la biología ya que es una situación similar a la que se describe bajo el modelo “depredador – presa” donde el depredador quiere acabar con la presa y para lograr este objetivo planea un plan estratégico en donde ayudado por su genética (características heredadas en el ADN) logra capturar a su presa, en el ámbito empresarial, la genética sería el “Know-how”.

### **Desarrollo del tema:**

Este concepto de depredación es muy amplio y requiere que su estudio sea fraccionado y así obtener las conclusiones que sean pertinentes.

#### **1. Intención de la empresa depredadora:**

Este es un factor importante para saber si en un sector hay depredación o no, si la estrategia es reacción a la simple competencia normal del mercado o si intencionalmente se planea destruir al competidor, es decir, no se debe confundir un comportamiento competitivo que busca la eficiencia con uno depredador. En el ámbito empresarial es difícil saber cual era la intención de la estrategia ya que esa información es confidencial.

#### **2. Precios de las firmas y estrategias depredadoras:**

Las firmas están realizando un proceso de maximización de beneficios en donde según una estructura de costos y un análisis de mercadeo van a fijar un precio a su producto, hay firmas que deciden poner precios muy bajos por que tienen rendimientos a escala y son eficientes, mas no por que quieran acabar con la competencia, es un proceso simple y justo de selección natural. En los textos académicos es muy fácil resolver el problema, sin embargo, lo interesante es saber lo que sucede en la vida real y estas respuestas son difíciles de obtener ya que las empresas actúan bajo incertidumbre, por ello la competencia se puede tornar “agresiva” y algunas practicas que son visitas de manera negativa como la “depredación” pueden ser justificadas y su uso no debe ser sancionado ya que es el mismo proceso de selección natural que se da en la ecología y es solo con este que los ecosistemas se mantienen en equilibrio. Las “presas” generalmente quieren justicia ya que el depredador esta fijando precios por debajo de sus costos, sin embargo, es casi imposible saber cual es el costo del depredador, que generalmente es líder y cuenta con diferentes horizontes de tiempo, posiblemente económicas a escala además de poder de negociación con los proveedores, lo cual puede terminar en precios bajos sin necesariamente tener la intención de acabar con el competidor.

### **Conclusiones:**

De manera teórica es fácil describir a una empresa que tiene un comportamiento depredador, sin embargo, en la vida real es muy difícil saber cuales son las empresas depredadoras ya que de deben conocer las intenciones y la estructura de costos, lo cual es información confidencial. Son los mismos clientes los que deciden comprarle al líder y acabar con las otras empresas. Sin los clientes las empresas depredadoras no tendrían éxito, es decir, un porcentaje amplio de la selección natural en el ámbito empresarial esta en manos de los clientes, ya que son ellos quienes deciden a quien comprar, es decir, que empresas deben seguir en el mercado. El mercado debe ser libre, es decir, las empresas deben tener la libertad para escoger e implementar sus estrategias, como sucede en el reino animal, así se dará una selección natural en donde se encuentre un equilibrio tanto para los empresarios como para los clientes. Este artículo muestra una posición contraria a la que generalmente se conoce sobre las prácticas depredadoras, en donde se quiere proteger a la “presa”, el autor mediante argumentos y ejemplos muestra como la libre competencia conduce a la verdadera eficiencia.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *Volle. Michel*

**Nombre del trabajo:** *Prédation et prédateurs, chapitre 2: Techniques de prédation*

**Fecha de publicación:** 2007

**Nombre de la revista o journal:**

### **Planteamientos iniciales del autor:**

Como seres humanos no nos escapamos a las leyes biológicas ni tampoco somos la excepción del reino animal, nosotros dentro de el marco de nuestra vida cotidiana, es decir, en nuestras relaciones y nuestras empresas nos comportamos como los demás animales, con relaciones de

parasitismo, mutualismo y depredación, este libro se especializa en la depredación y se descompone en varios capítulos. Dentro del ámbito empresarial una de las armas que utiliza el depredador es la corrupción, es decir, buscar aliados de manera desleal para acabar con la competencia. Algunas empresas para poder acabar con su “presa” usan estrategias que castigan a toda la población en conjunto, por ejemplo en Francia, una empresa de aceites de consumo utilizaba aceites industriales (perjudiciales) que son más baratos para así reducir el precio y acabar con la competencia. Cuando se presentan este tipo de situaciones es necesario que intervenga un agente y así regular el sector en pro de todos los agentes del mercado. No solo existe la estrategia de precios depredadores para acabar con la competencia, por ejemplo una empresa (depredadora) puede realizar una alianza con un proveedor para que venda el producto más caro a la competencia (presa), lo cual se conoce como corrupción y se logra a través de sobornos.

### **Desarrollo del tema:**

Cuando el depredador logra acabar con la competencia, adquiere mucho poder en el mercado, tanto para negociar con los clientes, como para negociar con los proveedores y esta situación se presta para que la empresa pase de ser ágil depredadora a ineficiente ya que no existe una posible competencia que lo incentive a mejorar.

#### **Depredación que nace de activos (assets):**

Estas prácticas depredadoras nacen en las juntas directivas, cuando los accionarios exigen en primera instancia dividendos elevados y en segundo lugar que estos crezcan sostenidamente en el tiempo. Los directivos para complacer a los accionarios pueden pensar que una estrategia eficaz es la depredación y así cumplir con las metas que se habían propuesto.

#### **Depredación en los países pobres:**

Dependiendo del grado de desarrollo de los países las estrategias serán más o menos agresivas. Se da el ejemplo de una empresa o un país pobre que tiene un recurso natural valioso, por ejemplo petróleo y de otro que es rico que no cuenta con el recurso pero sí con las herramientas para explotarlo, esta es otra forma de depredación ya que acaban con la industria nacional y extraen un alto beneficio. Los países en vías de desarrollo y sus empresas son presas fáciles para los países desarrollados y ricos ya que estos últimos cuentan con más recursos para sobornar a los dirigentes del país pobre (ejemplo África y los diamantes) y así producir bajo sus condiciones.

### **Conclusiones:**

Hay que tomarse el tiempo de entender la naturaleza y así entendernos mejor a nosotros mismos, a nuestras empresas, a nuestras ciudades, a nuestros países y a nuestro planeta. El ser humano es por naturaleza un depredador, estas estrategias para acabar con la “presa” vienen en nuestra genética y se manifiestan en nuestro diario vivir. Dentro de las empresas depredadoras es fácil encontrar corrupción ya que es una herramienta para poder acabar con la competencia sobornando a trabajadores y proveedores. Las empresas depredadoras también se caracterizan por tener un manejo muy ágil de las finanzas, donde se puedan fácilmente cubrir las estrategias que se han implementado para acabar con la competencia. A nivel general podemos ver la

depredación como la manera violenta en la que los recursos circulan de una especie a otra y se puede aplicar esta analogía al ámbito empresarial ya que las empresas están compuestas de seres humanos que hacen parte del reino animal.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** Galbraith. James K,

**Nombre del trabajo:** *La prédation économique moderne : guerre, fraude d'entreprise et cruelle chimère des reformes du marché du travail*

**Fecha de publicación:** 2006

**Nombre de la revista o journal:** *BSN Press* vol 4 pages 90-98

### **Planteamientos iniciales del autor:**

El autor crea un nuevo concepto llamado “depredación económica moderna”, nos dice que el concepto de depredación económica fue por primera vez utilizado en 1899 por Thorstein Veblen, desde ahí esta metáfora se ha extendido a varias esferas como la política.

### **Desarrollo del tema:**

Bajo este ángulo la depredación es necesaria para el desarrollo de toda sociedad, algunas personas instintivamente adoptan esta actitud y luchan contra otros para ser mas poderosos, este comportamiento se puede ver aplicado claramente en 3 esferas:

#### **La depredación y la guerra:**

Existe una relación entre la depredación entre países, es decir, la guerra y el desarrollo de los países, desde la época de Adam Smith se sabe que la guerra reporta costos pero también grandes beneficios. Nuestro sentido depredador nos lleva a crear conflictos que son conocidos como guerras. Un ejemplo sucedió con la intervención en Irak de Estados Unidos, donde un comportamiento innato del ser humano como la depredación termina siendo un negocio para la venta de armas de destrucción masiva.

#### **La depredación y la dirección de empresas:**

La depredación nace por las ideas que tienen algunos gerentes de empresa, que generalmente usando métodos desleales quieren acabar con la competencia. La depredación también puede ser vista desde el punto de vista interno, es decir, de los directivos que abusan de su posición dentro de la organización para desviar recursos de la empresa a actividades personales. Se dice que son depredadores por que están “matando” a la empresa, quitándole su dinero que metafóricamente es la sangre de la presa. La depredación esta presente en muchos sectores de la economía y a lo largo de la historia podemos encontrar varios como el director de Enron quien hizo un fraude haciendo de esta su presa.

#### **La depredación y el mercado del trabajo:**

En el mercado del trabajo, los jefes (quienes tienen una posición dominante) tratan de acabar con su presa (los empleados) explotándolos lo máximo posible con un salario que sea lo más bajo posible. Estas son empresas depredadoras, que toman como “presas” a sus empleados. También

existe una relación entre las empresas que son depredadoras internamente y externamente, ya que estas últimas, quieren minimizar los costos (incluyendo el del personal) lo que más puedan para poder generar excedentes de liquidez y así luchar contra la competencia y acabar con esta.

### **Conclusiones:**

Somos seres humanos que venimos de el reino animal y como tal conservamos las características que hay en este, somos animales carnívoros depredadores, esto se evidencia en nuestra vida diaria, un ejemplo es la guerra, otro la dirección de empresas y para terminar el mercado del trabajo. Los depredadores existen en varios niveles, bien sea los seres humanos por sí solos o cuando se unen para realizar negocios y empresas, forman parte del ecosistema, sin olvidar que no es el único tipo de relación, también hay parasitismo y mutualismo. Es interesante también estudiar como reaccionan “las presas”, bien sean seres humanos u otras empresas ante los ataques de los depredadores y así hacer estudios que puedan aportar información valiosa para las personas o empresas que se encuentren en la misma situación.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *Leeson. Peter*

**Nombre del trabajo:** *Anarchy, Monopoly, and Predation. Department of Economics*

**Fecha de publicación:** *2007*

**Nombre de la revista o journal:** *West Virginia University.*

### **Planteamientos iniciales del autor:**

Se propone un modelo, donde se hace una analogía entre la biología y las estrategias que las empresas realizan a diario dependiendo su estructura, liquidez y las capacidades que tiene. Las grandes empresas tienden a actuar de forma desleal, ya que se encuentran en una posición privilegiada de liderazgo, donde pueden mover su gran influencia para obtener algunas veces honestamente y otras deshonestamente los resultados deseados. Si existe una diferencia muy grande entre la empresa que hace el rol de presa y la de depredador, esta última tiene incentivos para acabar rápido con ella ya que su eliminación requerirá de poco esfuerzo y con grandes probabilidades logrará conquistar a los clientes de la empresa pequeña y “débil”.

### **Desarrollo del tema:**

Para las organizaciones que tienen posiciones fuertes en el mercado es más fácil obtener lo que ellos desean en sus estrategias a la fuerza que negociando con las empresas pequeñas, en la vida real se ve que las multinacionales (depredadoras) adoptan posiciones agresivas ante su competencia. El autor propone que dentro de cada sector de deben crear unos límites y normas, para que los depredadores no abusen de su situación privilegiada, siendo así, el elemento más preciado de una compañía que es la clientela debe ser respetado y no debe ser atraído de forma desleal. Estos límites no deben ser impuestos por el gobierno ya que el no conoce a profundidad las características de todos los sectores de la economía, por ello se deben asignar comisiones

internas que se encarguen de establecer esos límites y auto regular el sistema en pro de la presas. La empresas depredadoras pueden tener 2 objetivos diferentes, uno puede ser la integración hacia adelante y otro la integración hacia atrás. En una de ellas se tratan de comprar a los proveedores y en otra a los intermediarios, ambas pueden ser consideradas como estrategias depredadoras ya que el depredador va adquiriendo más poder. Es interesante el hecho de poder regular las empresas depredadoras que quieren convertirse en un monopolio, sin embargo, en la vida real es difícil ya que estas tienen una amplia red de contactos y pueden caer en técnicas de corrupción con tal de lograr los objetivos. Hay otro concepto con el cual se puede hacer una analogía relacionando la biología y la empresa y es el territorio, es decir, sobre el terreno de negocios la empresa depredadora va a intentar marcarlo, como lo hacen los animales, marcar el territorio a nivel empresarial hace referencia especialmente a crear barreras a la entrada que frenen o no permitan a otras empresas entrar al mercado. La situación que se presenta en la realidad de manera constante en todos los sectores es que hay empresas más grandes y más fuertes que otras, lo interesante entonces es saber que tipo de relaciones se van a establecer entre ellas, pueden ser de cooperación o de no cooperación. Este tipo de relaciones cambia constantemente en el tiempo ya que, así como los animales, a medida que van creciendo conocen mejor su entorno y perfeccionan sus estrategias que les permiten sobrevivir como individuos y más importante aun como especie.

### **Conclusiones:**

Las empresas se enfrentan día a día a una serie de dilemas, por ello deben crear estrategias que les permitan resolverlos siempre enfocándose hacia un objetivo. Hay empresas que son más fuertes que otras en el territorio empresarial y ambas luchan por el mismo recurso que son los clientes, por ello se puede hacer una analogía entre el sistema de empresas y el sistema ecológico, en donde la supervivencia es un elemento clave, se desarrollan diferentes tipos de relaciones, según varios factores difíciles de conocer en la vida real, pueden ser de cooperación o de no cooperación. Este tipo de relaciones cambia constantemente en el tiempo y merecen ser estudiadas ya que las empresas son un factor clave en el desarrollo de un país y de la calidad de vida, por ello hay que saber como funcionan estas.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** Artana. Daniel, Navajas. Fernando

**Nombre del trabajo:** Competencia desleal en el comercio minorista

**Fecha de publicación:** 2000

**Nombre de la revista o journal:**

### **Planteamientos iniciales del autor:**

El hecho de querer acabar con la competencia de una manera desleal trae como consecuencias algunas prácticas perjudiciales para la economía en conjunto como lo son: los precios predatorios, ventas por debajo del costo, impacto negativo sobre los proveedores (sus marcas van a bajar de precio y esto tiene una relación directa con la calidad que perciben los consumidores) y dumping. Las empresas pueden escoger entre realizar estrategias (acciones) pro-competitivas o anti-competitivas. Se ha demostrado que las empresas depredadoras, es decir, las

que llevan al límite estas políticas pro-competitivas desencadenan una serie de problemas que el gobierno debe prevenir.

### **Desarrollo del tema:**

Por ejemplo un comportamiento depredatorio que afecta a los consumidores ya que la oferta se concentra en una sola firma (monopolio). Un comportamiento engañoso hacia los clientes, ya que la estrategia que se uso de precio, calidad o servicio no se sostendrá de manera permanente, solo se implementara mientras se acaba con la competencia. Un daño a las marcas de los proveedores ya que los clientes perciben el precio final, por ejemplo el que le ofrece el minorista y los clientes pueden creer que el producto que ofrece el distribuidor esta bajando de calidad si el minorista ofrece precios bajos, lo que el cliente no sabe es que es el minorista el que esta soportando esta perdida y no el distribuidor ya que este ultimo ha mantenido el mismo nivel de precios. Una pérdida en la recaudación de impuestos, de la cual se beneficia toda la sociedad, ya que el volumen de ventas es más amplio, sin embargo, el dinero recaudado es mas bajo debido a la baja de predios. Es necesario también reconocer que hay empresas que son más eficientes y pueden ser vistas como depredadoras, sin embargo, lo hacen por que es parte de su trabajo, sin intención de caer en practicas de competencia desleal, en la vida real esto puede ser muy difícil de demostrar. En la teoría se dice que es poco improbable que las empresas asuman este comportamiento ya que después de haber acabado con la competencia se enfrentan a un grave problema y es que debe asegurar la existencia de barreras a la entrada ya que otras firmas se van a ver atraídas por los altos beneficios que esta obteniendo la empresa que ahora es un monopolio. Si hablamos del ámbito legal, en los Estados Unidos y en otros países es muy difícil de comprobar que alguna firma esta practicando estrategias depredadoras ya que como requisito se tiene que demostrar que se esta vendiendo por debajo del costo (lo cual es difícil de comprobar) y también se debe demostrar que en ese sector hay probabilidades de tener poder de monopolio, lo cual también es complicado. Las ventas por debajo de los costos pueden tener otros objetivos diferentes a un comportamiento depredatorio, por ejemplo “la moda”, que lo hace cuando se liquidan las diferentes temporadas.

### **Conclusiones:**

El comportamiento humano se ha caracterizado por el interés en la supervivencia, esta estrategia es una constante en nuestras vidas, donde queremos sobrevivir día a día. También se aplica para varios campos en el desarrollo de la especie humana y uno de ellos es el de los negocios, donde la empresa mas fuerte va a sobrevivir y ella puede tomar la decisión de acabar o no con las otras. La estrategia competitiva llevada al límite se llama depredación empresarial y es poco probable ya que es muy riesgosa y los costos en los que se tiene que incurrir son muy altos. La firma que actúa como depredadora debe tener un respaldo financiero fuerte además de la capacidad de crear barrera a la entrada para evitar la competencia futura y crear un monopolio que sea estable a través de los años. Las prácticas depredadoras son nocivas para el desarrollo conjunto de la economía y la sociedad ya que engañan a los consumidores por un lado y por el otro también pueden dañar la imagen de los productos que ofrece el proveedor.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *FumagalliChiara, Motta Massimo*

**Nombre del trabajo:** *A Simple Theory of Predation*

**Fecha de publicación:** 2010

**Nombre de la revista o journal:**

### **Planteamientos iniciales del autor:**

Ya se han hecho muchos trabajos sobre los precios predatorios, sin embargo, en este paper se incluyen elementos nuevos como las economías a escala y la diversidad de mercados. Hay 2 elementos usuales en la teoría de depredación y son que en un comienzo el depredador esta dispuesto a sacrificar una parte de sus beneficios, incluso teniendo perdidas y el segundo es el hecho de crear barreras a la entrada para que una vez que salga la competencia las empresas que se vean atraídas por los altos beneficios no puedan entrar y así conservar su poder de monopolio. Esta es una ambiciosa estrategia que han llevado a cabo varias empresas que son llamadas depredadoras. Hay un elemento que puede ser considerado con ventaja para las empresas depredadoras y es el tiempo que llevan en el mercado, entre mas tiempo la empresa lleve en el mercado va a tener ventajas como conocer mejor a sus clientes, proveedores y en el mejor de los casos la obtención de economías a escala que se reflejan directamente en el precio del producto. Por su lado las presas que acaban de ingresar al mercado se encuentran en una posición diferente, donde apenas están conociendo el sector y si no entran con una posición definida están en riesgo de salir del mercado si encuentran depredadores en su sector ya que se debe aclarar que no en todos los sectores hay empresas depredadoras.

### **Desarrollo del tema:**

Un ejemplo de una empresa depredadora es “Intel” a quien en 2009 la comisión Europea le impuso una de las multas mas grandes de la historia por vender debajo del costo (táctica depredadora de competencia desleal) para expulsar a la competencia y quedarse con los mejores clientes.

Así como el caso de “Intel” hay muchas empresas que incurren en estrategias de competencia desleal para acabar con la competencia, esto es prohibido en la comunidad europea, por ello después de exhaustivas investigaciones han sido sancionadas. Este paper se apoya en el mecanismo de depredación financiera, esta estrategia consiste en hacer que la competencia reduzca sus beneficios, de esta forma sus activos se ven directamente afectados y cuando quiera acceder a nuevas fuentes de financiación para aumentar sus ventas y va a ser mas difícil acceder a un crédito ya que el banco al revisar sus balances va a ver una reducción en sus activos y puede que le preste el dinero pero a una tasa alta. Por su lado el depredador continua haciendo su trabajo, haciendo que los beneficios de la presa caigan, esto se convierte en un círculo vicioso del cual la presa no podrá salir a menos que muera. Mediante la teoría de juegos se explica como interactúan los jugadores según sus posibles estrategias y se concluye que hay elementos importantes dentro de la teoría de depredación que son las siguientes. **La ausencia de renegociación**, es decir, cuando todos los clientes se dejan atraer por los beneficios y precios del depredador y efectúan compras ya no pueden hacer nada al ver que por culpa de ellos y sus acciones como clientes se encuentran en situación de monopolio. **Disminución del bienestar general**, al acabar con la competencia se hace una redistribución del bienestar, la empresa que queda como monopolio aumenta su bienestar, los clientes disminuyen su bienestar y en total hay

una pérdida de eficiencia para la sociedad. Otra aclaración que se debe hacer es que no siempre el depredador acaba con la presa ya que a veces la empresa depredadora solo quiere limitar el alcance de la presa.

### **Conclusiones:**

Es un modelo basado en la existencia de mercados y en las economías a escala, donde la presa para poder sobrevivir debe buscar obtener estas economías a escala y así no estar en una desventaja tan grande con el depredador que esta dispuesto a atacar o a limitar su crecimiento. Se ha estudiado la depredación desde un punto de vista teórico apoyándose en la teoría de juegos, en donde se pueden explicar claramente las estrategias que puede tener cada jugador (empresa) y los posibles equilibrios.

Aunque sea muy interesante el acercamiento teórico, el real, es decir, del sector empresarial, es mas interesante ya que es mas realista y se pueden ver conclusiones muy interesantes en empresas como "Intel" que han sido sancionadas en Europa por actuar como monopolios.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *Volle. Michel*

**Nombre del trabajo:** *Prédation et prédateurs, Conclusions*

**Fecha de publicación:** 2007

**Nombre de la revista o journal:**

### **Planteamientos iniciales del autor:**

Como seres humanos estamos expuestos a comportamientos típicos del reino animal tanto en nuestras relaciones inter personales como en la empresas ya que estas están compuestas de seres humanos. Existe una paz que de repente es interrumpida por nuestros instintos y uno de estos es la depredación. Como seres humanos disfrutamos los juegos, el suspenso y la lucha diaria por obtener el primer puesto en todas las actividades que realizamos, incluidas las empresas que creamos. Las características de un depredador en el reino animal son que siempre esta vigilante, activo y es rápido, exactamente el mismo comportamiento tiene una empresa depredadora, por ello se puede hacer esta analogía entre la ecología y el ámbito empresarial. También vemos que dentro de las especies ser una fuerte, dominante y respetada es muy deseado y lo mismo ocurre en el ámbito empresarial, las compañías deciden realizar estas estrategias depredadoras para ganar respeto en el ámbito empresarial mas que los propios beneficios económicos que se derivan de estas.

### **Desarrollo del tema:**

En el reino animal como en el empresarial los depredadores cumplen un rol importante ya que impulsan el desarrollo del ecosistema haciendo que las presas den lo mejor de si para no morir y también los depredadores están buscando constante mente la innovación, esta es una dinámica muy sana a nivel ecológico y empresarial ya que permite el tan anhelado progreso que se ve reflejado en la calidad de vida de todo un país. No se puede frenar el mecanismo de selección natural ya que este es el que saca lo mejor de cada especie y de cada ecosistema y se realiza de

manera espontanea tanto en la ecología como en las empresas. Puede que algunas empresas depredadoras tengan una mala intención de adquirir mucho poder para así poder tratar a los consumidores con tarifas injustas, productos de mala calidad y mal servicio, si embargo se debe entender que estos son casos puntuales y no todos los depredadores utilizan artimañas para lograr sus objetivos, por el contrario están en búsqueda de la eficiencia a nivel sectorial. Se podría hacer un análisis de depredación a través de la historia, un buen punto de partida podría ser la burguesía ya que esta estrategia es tan antigua como se quiera ver, no solo son las grandes multinacionales actuales las depredadoras, los señores feudales y los burgueses también pueden ser vistos como depredadores. El deseo de acumular está presente en las características del ser humano y este rige muchas de sus relaciones, la depredación finaliza con un aumento de poder de mercado lo que es anhelado por muchas empresas, estas estrategias de depredación cada vez serán más sofisticadas y va a ser casi imposible su desaparición ya que es un comportamiento que viene guardado en nuestro ADN.

### **Conclusiones:**

Pocas veces existe una relación de equidad, la desigualdad es el factor constante en nuestras sociedades y empresas, siempre que haya alguien más fuerte que otro, la simple lógica e intuición nos dice que el que se encuentra en posición de ventaja la va a provecharla para crecer más. De eso se trata la selección natural donde estamos sumergidos en una competencia constante como seres humanos y como empresas, donde el mejor tendrá el recurso por el que se lucha, en el caso de las empresas los clientes.

Es importante hacer énfasis en que existen otro tipo de relaciones, la depredación es solo una de ellas pero también las empresas pueden querer cooperar entre ellas (mutualismo) creando mafias, es decir, uniones y acuerdos para ser más fuertes con el apoyo de la competencia.

### **Opinión acerca del trabajo del Autor:**

**Nombre del autor:** *Peltoniemi. Mirva*

**Nombre del trabajo:** *Business ecosystem: A conceptual model of an organization population from the perspectives of complexity and evolution*

**Fecha de publicación:** 2005

**Nombre de la revista o journal:**

### **Planteamientos iniciales del autor:**

El ecosistema de negocios es un nuevo concepto que nace de establecer una relación entre las empresas y la biología, se han observado fenómenos en la naturaleza y se piensa que estos pueden ser aplicados al ámbito empresarial. Varios autores han establecido que la economía y la ecología tienen muchas cosas en común, ambas estudian dinámicas y sistemas que tienen métodos de producción intercambio, capital y almacenamiento.

### **Desarrollo del tema:**

Un autor muy conocido que ha tratado este tema es Lewin, él dice que esta analogía entre la biología y el ámbito empresarial explica que las empresas, como organismos biológicos, operan

bajo una ampliar red de interacciones formando en principio una economía local dando paso a la creación de una economía global, también dice que no se comportan de una manera idéntica, sin embargo, comparten muchas propiedades fundamentales en donde ambos sistemas se sumergen en un mundo de complejidad. La principal diferencia según este autor (Lewin) entre la biología y la empresa es que los empresarios son capaces de tomar sus decisiones de manera consciente, lo cual en la biología es diferente, donde es un proceso establecido. Para este autor es muy importante conocer las leyes de la naturaleza, cuando las conocemos y sabemos como intervienen en el ámbito empresarial podemos llevar las empresas a unos excelentes niveles de crecimiento

Otra de las grandes diferencias es que los ecosistemas empresariales cuentan con agentes inteligentes capaces de planear y gracias a la creación de estrategias mejorar de forma notable en el futuro, además en los ecosistemas empresariales hay un deseo constante de innovación, mientras que en los sistemas biológicos la innovación no es un factor clave y los cambios entre las especies (evolución) es muy lenta a comparación del ámbito empresarial. Esta manera de ver la economía como un ecosistema no es algo nuevo, desde 1989 se ha hecho un esfuerzo por plasmar en investigaciones y libros todas estas analogías, por ejemplo uno de los primeros trabajos habla de la industria como un ecosistema, trabajo publicado en 1990.

Hay comportamientos presentes en la biología como los son competencia, especialización, cooperación, explotación, aprendizaje y crecimiento que son también centrales en el ecosistema capitalista, centro de la economía de todas las naciones. “Digital business ecosystem” es un proyecto importante de la Unión Europea, en donde se hace un vínculo entre la tecnología y los ecosistemas. “Social ecosystem” es otro concepto creado en 2003 por Midlenton-Kelly en donde se estudian las relaciones que establecen los seres humanos dentro de las organizaciones y como existe un proceso de co-evolución entre todos los trabajadores de la compañía.

Hay 3 autores cuyos trabajos han sido la base de lo que hoy llamamos ecosistemas empresariales y son **Moore** quien en 1996 definió el ecosistema empresarial como una comunidad económica que se mantiene gracias a los diferentes tipos de interacciones, también **Lewin** quien en 1999 habla de los sistemas complejos dentro de las empresas y la naturaleza y también otro autor menos reciente que es **Kauffman** quien en 2003 en sus trabajos muestra los sectores como paisajes y relaciona los elementos del paisaje con los del ámbito empresarial.

### **Conclusiones:**

El ecosistema empresarial, consiste en un amplio número de participantes que pueden ser las firmas en sí y otras organizaciones. Estas están interconectadas en un sentido que las acciones de unas tienen impacto en las ventas de las otras (interacciones estratégicas) estas interconexiones hacen que existan varios tipos de interrelaciones entre los miembros. Este tipo de interacciones puede ser de 2 tipos, competitivas o cooperativas, los miembros dependen positivamente o negativamente de los otros actores de mercado como sucede en la biología. El manejo de estas relaciones es importante ya que puede llevar al éxito o al fracaso de un negocio. Estar en un sistema complejo con relaciones de competencia hace que las empresas den lo mejor de sí, es decir, incita a la innovación.

## Bibliografía:

1. Armentano. Dominick T. Antitrust Reform: Predatory Practices and the competitive process. The review of Austrian Economics.
2. Arnau. Susana, Castello Anna. (2005) Precios predatorios análisis legal y económico.
3. Artana. Daniel, Navajas. Fernando (2000) Competencia desleal en el comercio minorista.
4. Colma. German, (Abril 2002) Un modelo integrado de depredación y colusión. Cuádranos de economía, Año 39, No 116 Páginas 123-133.
5. Community Health Law Project. (2009) Predatory Lending Practices and what to do if you are at risk of Foreclosure.
6. Cure, José R. Gutiérrez Andrew P. (2006) El ser humano y la economía de la naturaleza
7. Díaz Castellanos, Guillermo. (2009) Teoría de juegos y política de precios.
8. Fernando Jiménez Latorre (2004) EXCLUSIÓN A TRAVÉS DE PRECIOS: LA DEPREDACIÓN.
9. Fumagalli Chiara, Motta Massimo, (2010) A Simple Theory of Predation
10. Galbraith. James K, (2006). La prédation économique moderne : guerre, fraude d'entreprise et cruelle chimère des reformes du marché du travail. BSN Press vol 4 pages 90-98.
11. Higgins, Steve. (2009) Predatory Practices
12. Leeson. Peter (2007). Anarchy, Monopoly, and Predation. Department of Economics, West Virginia University.
13. Liarte Sébastien. (2005). Mutualisme, prédation et parasitisme : la concurrence. Université Paris-Dauphine.
14. López Morales, José Pedro (2010). Política predatoria de precios aplicada por las tiendas de conveniencia.
15. Mehlum. Halvor, Moene. Karl, Torvik. Ragnar. (2003) Predator or Prey? Parasitic enterprises in economic development. European Economic Review 47. paginas 275-294
16. Moor. James F (Fall 2005), Business ecosystems and the view from the firm. The antitrust Bulletin.
17. Moor. James F (may- June 1993), Predators and Prey: A New Ecology of Competition. Harvard Business review, 75-86
18. Peltoniemi. Mirva, (2005) Business ecosystem: A conceptual model of an organization population from the perspectives of complexity and evolution.
19. Volle. Michel (2007) Prédation et prédateurs, chapitre 2: Techniques de prédation.
20. Volle. Michel (2007) Prédation et prédateurs, Conclusions