

Guía para entender cómo funcionan las subastas online

Las empresas online que han incluido la subasta entre sus servicios pueden conocer mejor a sus clientes y fijar unos precios más adecuados a sus perfiles.

Uno de los modelos de más éxito en Internet son las subastas. Basta para ello pensar en dos de los grandes grupos como eBay y Priceline. Cada vez hay más casas de subastas en la red y la adquisición de cualquier producto a través de una subasta empieza a ser un servicio habitual en cualquier página, sea ésta de D2C o de B2B.

La pregunta inmediata que surge es: ¿Qué pasaría si en el mundo todo se vendiera a través de subastas? Más de una empresa se asustaría porque muchas personas asocian subasta con precios más bajos. Esta relación en el fondo no es cierta. Una subasta es el método más eficiente de asignación de recursos, porque otorga el producto al comprador que más lo valora. Por tanto, el precio final pactado puede perfectamente ser más alto que el obtenido bajo otros métodos de fijación de precios.

Demanda

En el caso de los productos cuya demanda es difícil de establecer, como inventarios sobrantes o productos usados, una forma de fijar el precio sería considerar los costos y sumar un margen razonable de beneficio. Como Internet permite llegar a mercados antes inalcanzables, esta asignación no sería eficiente ya que es muy posible que exista más de una persona que necesite urgentemente el producto que se ofrece y que esté dispuesta a pagar más de lo que se imagina. En este caso, una subasta ascendente sería un mecanismo de fijación de precios más eficiente.

Es posible pensar entonces en la amenaza de las subastas inversas tales como Priceline o ViajarBajoPrecio. Según este es-

quema, el consumidor indica cuánto está dispuesto a pagar y son las empresas quienes progresivamente bajan su precio para captar al cliente. Indudablemente el precio final será bajo, pero, ¿será mejor o peor que según un esquema tradicional de fijación de precios?

Para contestar a esta pregunta bastaría revisar la oferta de los anteriores webs: billetes aéreos de condiciones muy específicas o alojamientos en ho-

telos, el consumidor indica cuánto está dispuesto a pagar y son las empresas quienes progresivamente bajan su precio para captar al cliente.

Las subastas en la red permiten discriminar entre grupos de consumidores, cuyos perfiles probablemente no se conocen, porque con la red se llega donde antes no se podía.

Perfiles

Tal discriminación es posible bajo varios criterios: impacientes/pacientes; exigentes/complacientes; expertos/inexpertos. Y eso significa extraer de los

datos de que no existan muchos postores y que la puja no supere el precio fijo del mismo producto. En la subasta se esperaría un precio menor al precio fijo publicado. Por tanto, los pacientes, que a dicho precio no adquirirían el producto, lo adquieren a un precio ligeramente inferior al publicado, precio éste al que lo compran los impacientes. La empresa puede así determinar cuál es el grupo predominante de consumidores que demandan su objeto y fijar el precio en relación a esta información.

Lo mismo puede decirse para los exigentes que conocen a fondo el producto que se subasta y exigen calidad, pudiendo en ocasiones no fiarse de la calidad de un objeto subastado. En tal caso comprarían bajo precio establecido. Los complacientes participarían siempre en una subasta, pero si antes no adquirirían el producto por considerarlo demasiado caro, ahora se animan a probar suerte y compran un producto si éste vale la pena.

Estas clasificaciones sugieren que las empresas no corren ningún riesgo al vender sus productos bajo precio fijo y al mismo tiempo ofrecen la posibilidad de adquirir el producto bajo subasta. Esto les permitiría discriminar a los consumidores, conocer mejor sus perfiles y fijar los precios en consonancia con esta información.

Sin duda, las subastas en la red, antes que ser temidas, son un gran aliado para las empresas, en especial para aquellas cuyos productos son valorados de forma distinta por los consumidores y que, por tanto, ofrecen facilidad para la discriminación de precios.

Fabrizio Nobos, Doctoral IESE

La adquisición de todo tipo de productos a través de una subasta empieza a ser un servicio habitual en cualquier web



El web ViajarBajoPrecio se dedica a las subastas inversas.

Este método de fijación de precios no funciona con consumidores impacientes que no están dispuestos a esperar

telos, entre otros. ¿Son más bajos los precios finales vendidos bajo subasta inversa que los que habitualmente fijan hoteles y aerolíneas para sus productos con esquemas tradicionales? Sí y no. Sí, porque efectivamente son más bajos, y no, porque el producto vendido es ligeramente distinto. En el fondo, lo que se vende es la oferta sobrante, permitiendo así a las empresas manejar su propia demanda. Entre no vender y vender a un precio bajo, ¿qué meca-

diversos grupos toda su disposición a pagar, lo que se traduce en mayores beneficios. Existen consumidores impacientes que valoran mucho su tiempo y no están dispuestos a esperar para adquirir un producto. Su disposición a esperar el desenlace de una subasta, por tanto, será nula y preferirá adquirir el producto a un precio fijo ya establecido.

Sin embargo, los consumidores pacientes podrán esperar y participarán en una subasta con la espe-

DIRECCIONES DE INTERÉS

Subastas Generales

- eBay <http://www.ebay.com>
- Yahoo! <http://www.auctions.yahoo.com>
- Amazon <http://www.amazon.com>

Subastas de viajes

- Priceline.com <http://www.priceline.com>
- ViajarBajoPrecio.com <http://www.viajarbajoprecio.com>

- Subastas de Arte-Antigüedades Coleccionables-Curiosidades
- Sothebys.com <http://www.sothebys.es>

