



MARZO 2023

# Enfoka-Trends

*Precios dinámicos: ¿el nuevo impulso del e-Commerce?*

# Precios dinámicos: ¿el nuevo impulso del e-Commerce?

ENFOKA-TRENDS MARZO 2023

El precio no es el único factor que los consumidores consideran al realizar una compra, pero la mayoría de nosotros usamos el precio para comparar productos similares.

Según Hubspot, el 80% de los consumidores dicen que el factor más importante que influye en sus decisiones de compra son los precios competitivos. Además, más de la mitad de los consumidores mencionan los precios como una influencia importante cuando toman sus decisiones de compra.

Las decisiones estratégicas de precios afectan a los resultados de su e-commerce de varias maneras. Su estrategia de precios se puede implementar para garantizar la máxima rentabilidad. Del mismo modo, si no fija el precio de sus productos o servicios de manera competitiva, puede terminar perdiendo clientes y reduciendo su margen de beneficio.

Los precios dinámicos, también conocidos como precios de mercado o precios competitivos, no son una nueva estrategia de precios, pero son una tendencia que viene creciendo en el mundo del comercio electrónico. Los precios dinámicos son una estrategia de precios en la cual una empresa modifica el precio de sus productos de acuerdo a la oferta, demanda, fecha y hora de compra, segmentos de clientes y otros factores que afectan al mercado.

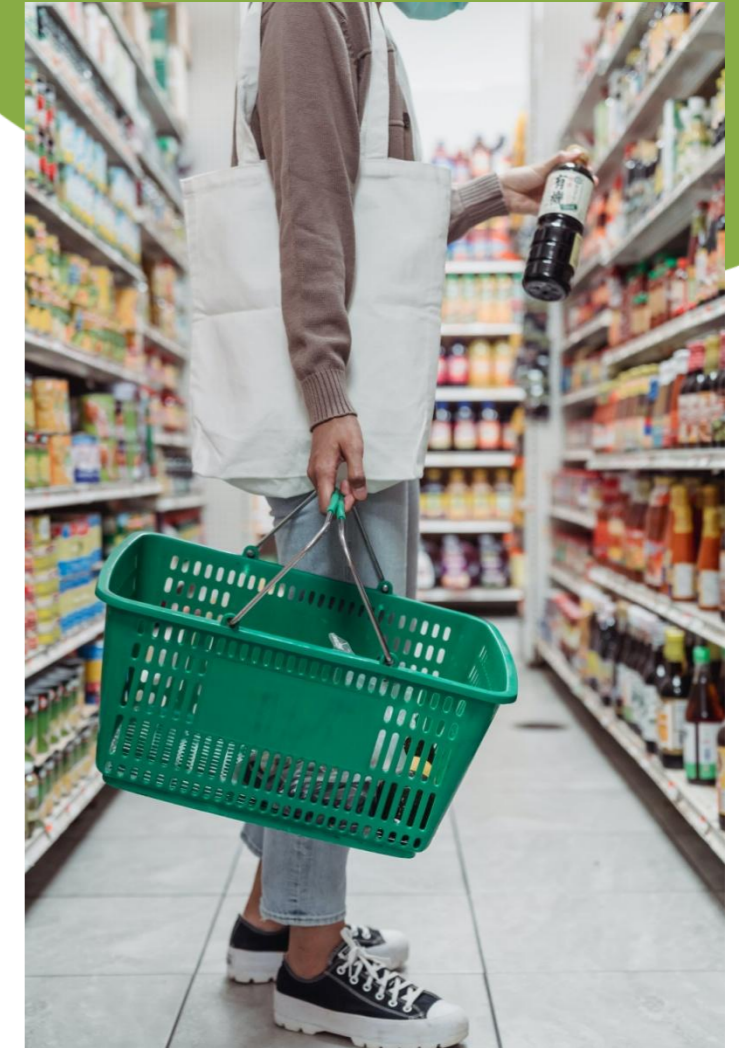


Imagen de [Kevin Malik](#) en [Pexels](#)

# Precios dinámicos: ¿el nuevo impulso del e-Commerce?

ENFOKA-TRENDS MARZO 2023

Los precios dinámicos se iniciaron en 1980 cuando las aerolíneas empezaron a tener control sobre los precios de los billetes. Antes, una persona era la encargada de esto y tomaba la decisión basada en su instinto, la hora del vuelo, duración del viaje y la cercanía en la que una persona hacía una reserva para viajar. Sin embargo, en 1990 y con la creación de internet y el surgimiento del comercio electrónico, las aerolíneas empezaron a usar los precios dinámicos.

En la actualidad grandes empresas como Amazon, Uber, Airbnb y Google están usando esta estrategia para vender más y obtener más ganancias. En concreto Amazon ha sido durante mucho tiempo líder en precios dinámicos. Pero los precios dinámicos no son solo para las empresas de viajes o los gigantes del comercio electrónico, y no necesariamente requieren un software ultrasofisticado que cambie el precio de cada producto varias veces al día. Incluso los minoristas tradicionales pueden obtener enormes beneficios de los algoritmos basados en datos informados por los comerciantes que recomiendan cambios de precios para productos seleccionados con cierto nivel de frecuencia.

A pesar de la ventaja competitiva que pueden conferir los precios dinámicos, pocos minoristas omnicanal han desarrollado esta herramienta. No existe un enfoque único a aplicar para todo el mundo, pero prestar atención a los pros y contras puede aumentar drásticamente las posibilidades de éxito.

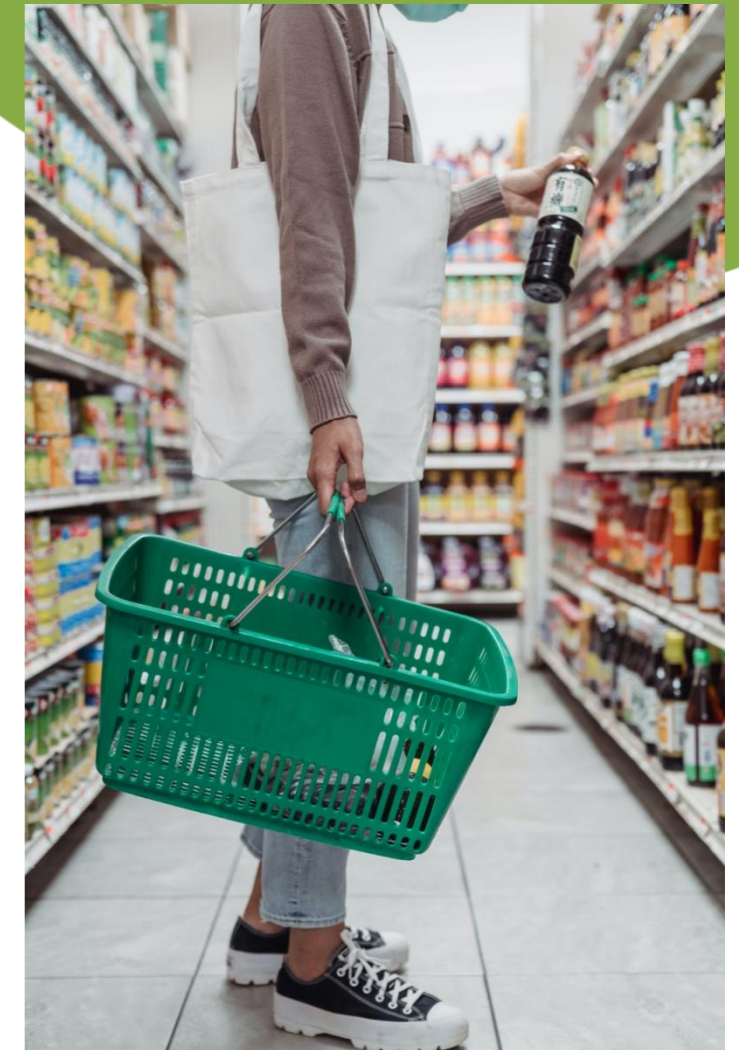


Imagen de [Kevin Malik](#) en [Pexels](#)

# Precios dinámicos: ¿el nuevo impulso del e-Commerce?

ENFOKA-TRENDS MARZO 2023

Los minoristas que se han beneficiado de los precios dinámicos generalmente han cumplido con las siguientes reglas:

- Concentrarse en el precio de venta al público, no en el precio del artículo: base sus decisiones de compra en el precio total de venta al público, que incluye impuestos, costos de envío, cargos por servicio y cualquier tarifa adicional agregada al precio total.
- Considerar las expectativas del consumidor: Ciertos artículos son mejores candidatos para cambios frecuentes de precios que otros. En ropa, por ejemplo, los precios de los artículos de moda pueden cambiar de una semana a otra, pero los precios de los artículos básicos (como camisetas sencillas o ropa interior) generalmente deberían permanecer más estables. Los cambios de precios recomendados por los algoritmos deben ser revisados y aprobados por el comerciante antes de implementarlos. De esa manera, los minoristas pueden evitar la reacción negativa de los consumidores que viene con aumentos de precios aparentemente oportunistas.
- Planificar su viaje: intente comprender su posición competitiva actual en el mercado y las percepciones de los consumidores sobre el precio de su marca, luego planee su viaje de precios dinámicos.
- Probar y refinar: La fijación dinámica de precios es tanto arte como ciencia, lo que significa que un enfoque de prueba y aprendizaje es crucial para hacerlo bien.

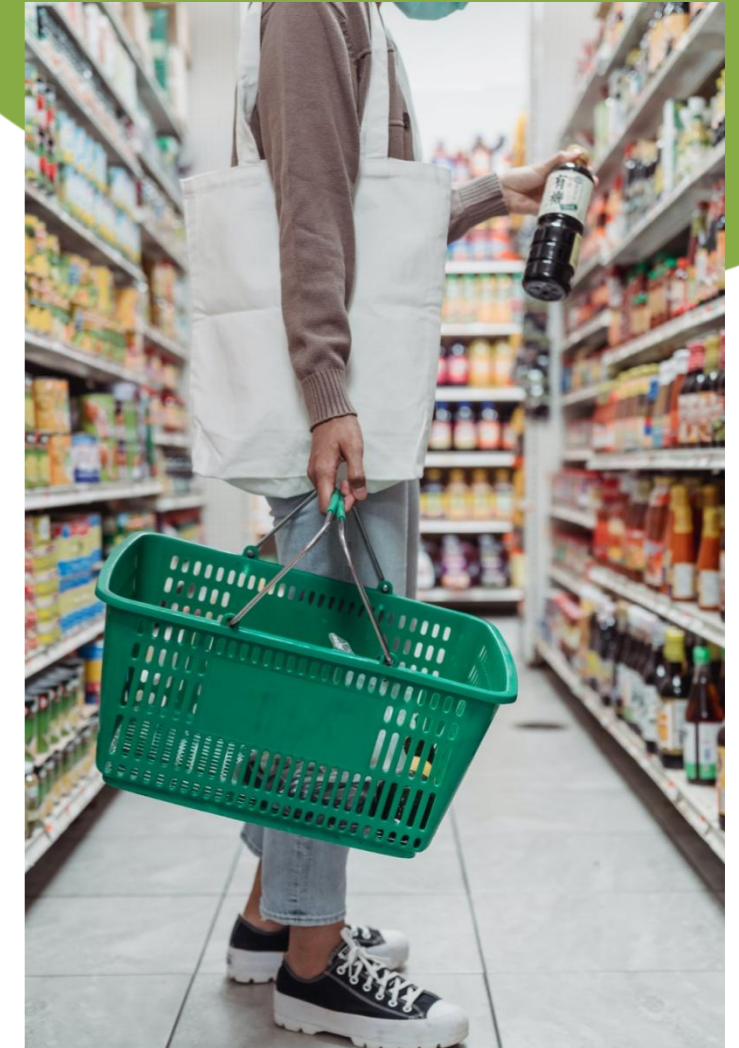


Imagen de [Kevin Malik](#) en [Pexels](#)

# Precios dinámicos: ¿el nuevo impulso del e-Commerce?

ENFOKA-TRENDS MARZO 2023

Al implementar precios dinámicos, también debemos estar atentos a ciertos errores comunes que se suelen cometer:

- No insultar al cliente: Los consumidores esperan que las tarifas aéreas cambien constantemente, pero esperan que el precio de un frasco de salsa para pasta o una botella de champú se mantenga bastante constante. Asegúrese de que todos los movimientos de precios recomendados por el algoritmo estén alineados con su marca y con la experiencia del cliente deseada.
- No cambiar los precios sólo por cambiar los precios: Si los costos, la disponibilidad, los precios de la competencia u otros impulsores de la demanda no cambian, tampoco hay necesidad de cambiar los precios de los productos. Otro consejo aparentemente obvio, no olvide informar a los consumidores cuando haya bajado los precios. Si reduce los precios de varios artículos clave, pero no anuncia ese hecho, los consumidores apenas se darán cuenta y las reducciones de precios serán en vano.
- No permitir que los datos erróneos dicten sus precios: Subestimar los costos del producto, las tarifas de envío o los gastos de servicio al cliente crea un perfil de margen artificialmente atractivo, y los algoritmos pueden recomendar reducir los precios de los artículos, lo que generaría importantes pérdidas de margen.

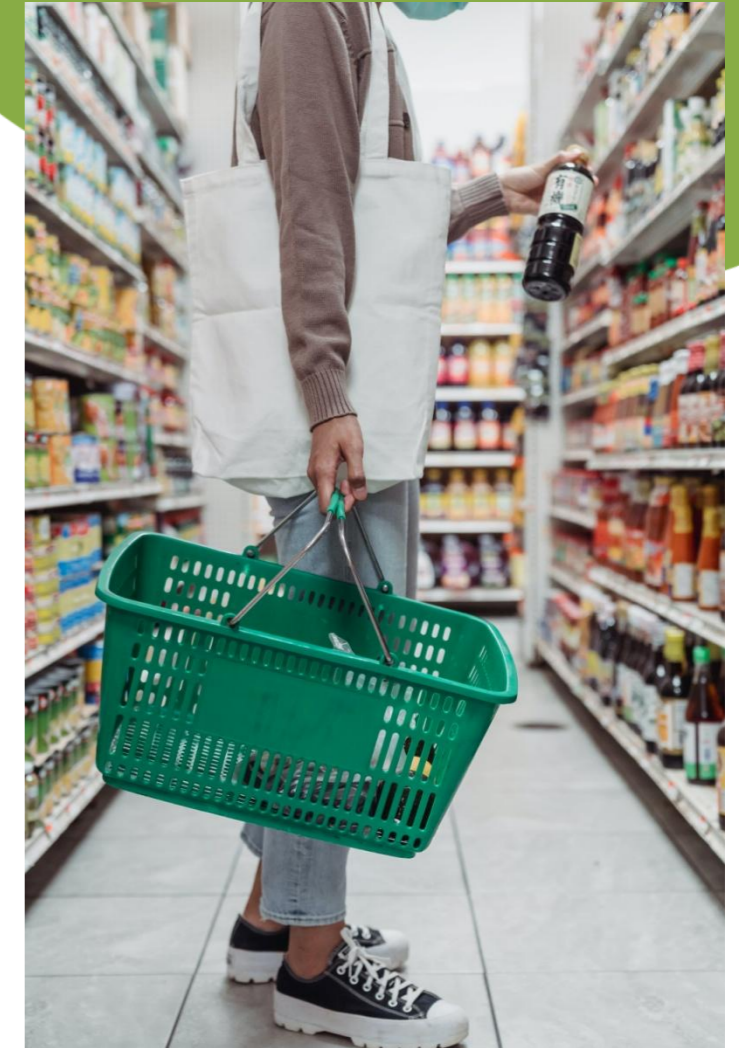


Imagen de [Kevin Malik](#) en [Pexels](#)



# Precios dinámicos: ¿el nuevo impulso del e-Commerce?

ENFOKA-TRENDS MARZO 2023

A la hora de fijar unos precios óptimos con los que conseguir el máximo beneficio, se debe cuidar que estos precios óptimos sean atractivos para los consumidores, mejores que los de la competencia, y que cubran todos los gastos y costes de producción. A su vez, el precio óptimo debe ser variable, como la propia dinámica de mercado, para adaptarse a las condiciones de la oferta y la demanda. Para alcanzar este precio óptimo debe tener en cuenta:

- El valor percibido, es decir, el valor que los clientes atribuyen a cada uno de los productos o servicios.
- Los precios de los competidores, que le ayudarán a optar por unos precios similares, mayores o inferiores según sus propios objetivos.
- La curva de la demanda, que varía en base a la mayor o menor sensibilidad al precio de los consumidores y del contexto socioeconómico.

También tener en cuenta que existen varias formas en las que se pueden aplicar precios dinámicos, estos son los principales escenarios:

- Precios máximos o de aumento: en función de las horas pico o períodos en los que se cobra más el servicio.
- Precios segmentados: basado en la capacidad de gasto de algunos clientes en comparación con otros.

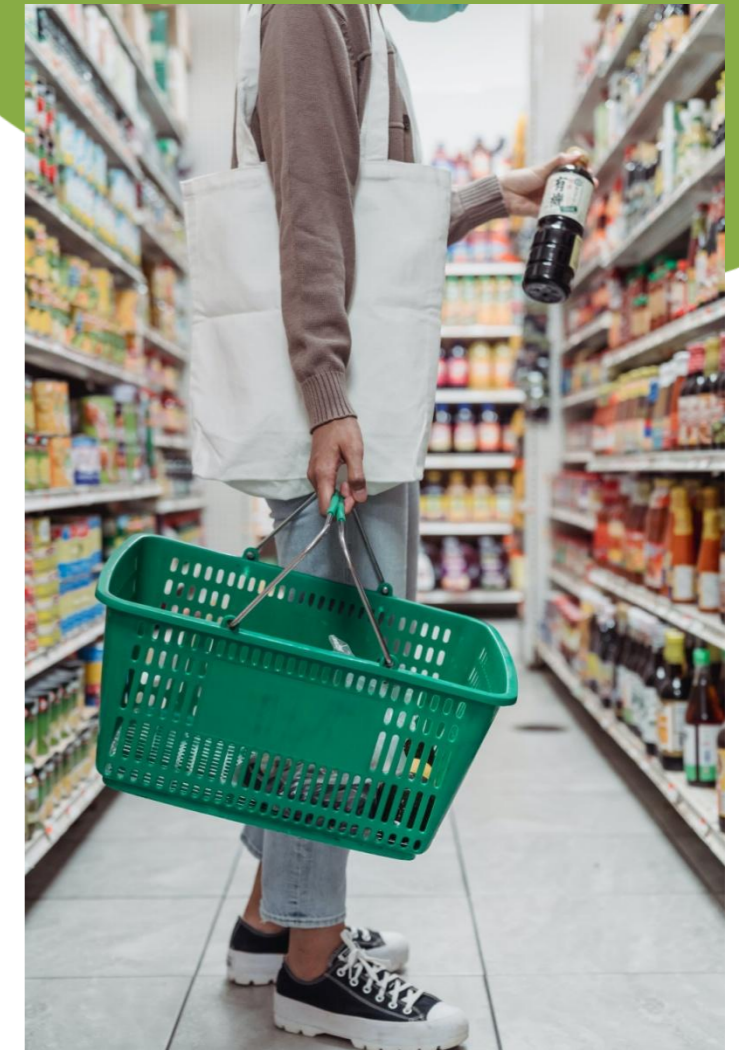


Imagen de [Kevin Malik](#) en [Pexels](#)



# Precios dinámicos: ¿el nuevo impulso del e-Commerce?

ENFOKA-TRENDS MARZO 2023

- Precios basados en el tiempo: ofrecer un servicio más rápido por un cargo más alto.
- Condiciones cambiantes: se aplica, por ejemplo, cuando las ventas comienzan a desacelerarse debido a factores macroeconómicos, para mantenerse al día con la tendencia y ajustarlas nuevamente al alza cuando el mercado mejore.
- Precios de penetración: bajar el precio del servicio como una especie de “gasto de marketing” para penetrar en un mercado.

Dar con el pricing adecuado para los productos que quiera vender online, utilizando una estrategia de precios, es un asunto complejo porque depende de muchos más factores además de los costos de producción.

Por supuesto, la venta online debe valer la pena financieramente, pero la posición deseada en el mercado, el poder adquisitivo de los clientes y los precios de los competidores también juegan un papel decisivo. Tenga muy en cuenta que el precio de su oferta no es solo un cálculo de costos y ganancias, sino una herramienta estratégica valiosa que debe usarse con prudencia.

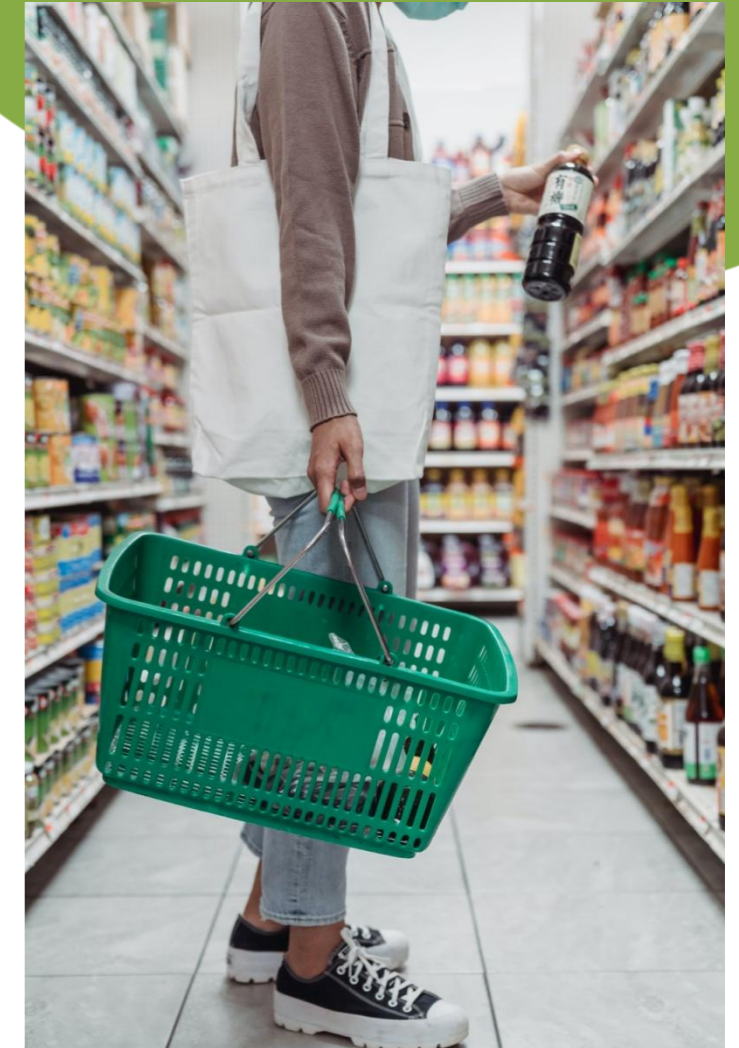


Imagen de [Kevin Malik](#) en [Pexels](#)



# Bibliografía

- **Simón Gómez (Pricetweakers, 2022)** *Grandes empresas que han aplicado satisfactoriamente la estrategia los precios dinámicos.* Recuperado el 30 de marzo de 2023 de <https://pricetweakers.net/es/blog/grandes-empresas-que-han-aplicado-satisfactoriamente-la-estrategia-los-precios-din%C3%A1micos>
- **S.Bondi, M.Goldrick, J.Wilkie, B.Sen y E.Reasor (Mc Kinsey & Company, 2023)** *The dos and don'ts of dynamic pricing in retail.* Recuperado el 30 de marzo de 2023 de <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-dos-and-donts-of-dynamic-pricing-in-retail>
- **Maria Jose Guerrero (Reactev, 2022)** *Qué es la dinámica de mercado y cómo puedes optimizar tus precios.* Recuperado el 30 de marzo de 2023 de <https://www.reactev.com/es/blog/dinamica-de-mercado-en-pricing>
- **Gennaro Cuofano (Four Week MBA, 2022)** *Precios Dinámicos: ¿Está llegando a su fin el legado de las etiquetas de precios?* Recuperado el 30 de marzo de 2023 de <https://fourweekmba.com/es/Precio-dinamico/>
- **Netgate (2022)** *Tres modelos de precios para implementar en tu tienda online.* Recuperado el 30 de marzo de 2023 de <https://eneecommerce.com/modelos-precios>
- **UELZ (2022)** *7 estrategias de precios online para vender online.* Recuperado el 30 de marzo de 2023 de <https://www.uelzpay.com/blog-es/estrategias-precios-vender-online>
- **Catalate (2021)** *Precios Variables vs. Precios Dinámicos: ¿Cuál es la diferencia?* Recuperado el 30 de marzo de 2023 de <https://www.catalate.com/es/blog/precios-variables-vs-precios-dinamicos-cual-es-la-diferencia/>