



# CONSIDEREU QUE ELS PREUS EN LÍNIA SÓN MÉS ELEVATS A CAUSA DE LA PROLIFERACIÓ DELS ANOMENATS ALGORISMES DE PREUS?

---

- Una majoria (68%) esteu d'acord amb la pregunta plantejada i considereu que els preus en línia són més elevats a causa dels algorismes de preus, mentre que la resta no ho sabeu (18%), us mostreu ambivalents (9%) o esteu en desacord (5%).
- Un nombre creixent d'empreses que venen béns i serveis en línia utilitzen algorismes de preus. L'objectiu és poder reaccionar ràpidament a les condicions de mercat, seguir el comportament dels minoristes rivals i ajustar els preus de manera autònoma gairebé en temps real.
- Un algorisme de preus és un programa que ajusta els preus de manera autònoma en funció de les dades actuals i passades relacionades amb la demanda, el cost o els preus dels rivals. Inicialment, aquests es van utilitzar per determinar el preu dels bitllets d'avió.
- Però amb el pas del temps i l'auge dels mercats en línia, l'adopció d'algorismes de preus s'ha generalitzat amb moltes inversions en aquest àmbit, el que ha suposat un gran canvi pel que fa al nombre de mercats afectats per aquesta adopció algorismes.
- Malgrat que la hipòtesi inicial és que els algorismes de preus ajusten els preus en funció de les condicions de la demanda i/o els costos, amb el potencial d'augmentar l'eficiència, hi ha una preocupació creixent que aquests puguin reduir la competència i augmentar els preus.
- Amb la proliferació d'algorismes de preus caldria esperar un comportament de preus més sensible a les condicions de mercat, un fet que hauria de conduir a una major competència, o sigui, a majors diferències de preu que els consumidors podrien pagar per productes idèntics.







- Però les promeses de major competència de preus en els mercats en línia només s'han complert parcialment. Si bé els preus en llocs web com Amazon fluctuen significativament al llarg d'un dia, les estratègies de preus a través d'algorismes semblen limitar la competència.
- Alguns estudis mostren que això és degut parcialment a la creixent dominació dels mercats per part dels principals minoristes en línia. No obstant, sembla que els algorismes de preus no tan sols promouen aquesta situació, sinó que també ajudarien a mantenir-la.
- La principal raó és que els algorismes de preus podrien ser altament beneficiosos, especialment si són prou sofisticats per reconèixer i aprendre a coordinar les seves accions, igual que els humans, sota alguns protocols d'aprenentatge que condueixen a oportunitats de col·lusió.
- Dit d'altra manera, amb la utilització d'algorismes de preus podria ser més fàcil l'establiment d'acords de preus entre empreses d'una manera automàtica. Aquest mecanisme conegut com la col·lusió és un acord per influir en un mercat o en un preu en detriment del consumidor.
- En aquest sentit, hi ha una preocupació creixent que la col·lusió pugui ser provocada pels algorismes de preus degut a la seva rendibilitat i al fet que podrien conduir a una convivència tàcita que és difícil de determinar a causa de la seva complexitat.
- Així doncs, tenint en compte el seu impacte potencialment perjudicial en el benestar del consumidors, es planteja una vigilància dels algorismes de preus per controlar si s'han de fer compensacions i canvis necessaris. Tot i així ja es preveu que no serà senzill ...
- I fins aquí per avui. Això si, amb dues lectures sobre el tema.
- [Autonomous algorithmic collusion: Q-learning under sequential pricing](#)
- [Are online prices higher because of pricing algorithms?](#)