¿Cómo pasar de una estrategia de pricing a un sistema inteligente que aprende del mercado y optimiza continuamente precios y disponibilidad?

Pricing avanzado potenciado por IA Agéntica

(Metodología de River Logic)

Del valor para el cliente a un pricing que aprende y optimiza continuamente

¿Por qué pricing dinámico? Porque la demanda, la disposición a pagar y las restricciones del negocio cambian con el contexto; un precio único o estático deja valor sin capturar .

1 La estrategia es el punto de partida

Comprender profundamente al cliente, definir qué valor se entrega, qué se monetiza y qué reglas debe respetar el pricing.

2 Entender la respuesta al precio

Estimar cómo cambia la demanda ante distintos precios y contextos (elasticidad): Q = f(P,X).

3 Adaptar el precio dinámicamente

Cuando cambian la demanda, la sensibilidad al precio, la competencia o las restricciones del negocio, también puede cambiar el precio óptimo.

4 Optimizar el resultado económico

Buscar P* que maximiza el objetivo económico, sujeto a costos, disponibilidad [1] y reglas comerciales.

5 Operacionalizar con IA Agéntica

Agentes especializados observan, proponen, deciden, coordinan, ejecutan dentro de límites (harness) y aprenden de la respuesta real.

Idea central

Pricing dinámico significa ajustar el precio sólo cuando la respuesta esperada de la demanda y las restricciones indican que hacerlo crea más valor.

[1] Capacidad, inventario o recursos.

Contenido

1. **Estrategia**
   Modelo de negocio e ingresos

2. **Entender la Demanda**
   Demanda · contexto · elasticidad

3. **Optimizar**
   Precio × volumen × costos × restricciones

4. **Operacionalizar con IA Agéntica bajo gobernanza**
   Observar · decidir · ejecutar · aprender

1. Modelo de 3 niveles: Antes de optimizar precios, hay que definir qué valor se entrega y dónde se monetiza

La IA agéntica potencia el proceso de pricing, pero sus decisiones deben estar subordinadas al modelo de negocio y de ingresos:

NIVEL 1	**Modelo de negocio**	**¿Cuál es el valor central para el cliente?**	Define la propuesta de valor y el rol de cada oferta en el ecosistema.
NIVEL 2	**Modelo de ingresos**	**¿Qué se monetiza?**	Define fuentes de ingreso, servicios cobrados/gratuitos y arquitectura de monetización.
NIVEL 3	**Proceso de pricing**	**¿Cómo se fijan y actualizan los precios?**	Análisis → estrategia → estructura → implementación → monitoreo.

2. Pricing dinámico: adaptar el precio a cambios en demanda, contexto y restricciones

El agente no cambia precios porque cambie la demanda: los cambia sólo cuando la respuesta esperada del mercado y las restricciones del negocio indican que la decisión crea más valor.

Demanda débil

Precio selectivamente menor

Sólo crea valor si la elasticidad genera suficiente demanda incremental.

Demanda normal

Precio de referencia

Mantener coherencia con valor, competencia y arquitectura tarifaria.

Demanda alta

Precio mayor

Capturar disposición a pagar y moderar demanda cuando la capacidad se tensiona.

Peak / evento

Precio dinámico por alta demanda

Gestionar escasez temporal de capacidad y evitar rechazar demanda por saturación.

Dimensiones de diferenciación temporal

Hora del día · día de semana · anticipación · temporada · eventos · intensidad de demanda

Implicancia

El agente IA debe estimar Q(P,t,X) y ajustar P sujeto a capacidad, inventario y reglas comerciales.

3. Funciones de demanda típicas y elasticidad: el puente entre precio, volumen e ingresos

Para optimizar precios primero debemos modelar cómo responde la demanda: distintas funciones capturan diferentes comportamientos de elasticidad.

Función	Forma típica	Elasticidad	Utilidad práctica
Lineal	$Q = a - bP$	Variable	
Multiplicativa / isoelástica	$Q = A P^{\beta}$	Constante = β	
Exponencial	$Q = A e^{-bP}$	Variable con P	
Gutenberg	Curva con un rango central relativamente estable y respuestas más fuertes fuera de él	Variable y no lineal	Útil para representar respuestas no lineales
Funciones por tramos / empíricas	Q = f(P,X) estimada por tramos a partir de datos	Variable	Captura cambios de sensibilidad, umbrales y respuestas no lineales

Piecewise Trends

Modelo de Gutenberg



Elasticidad precio: $\varepsilon = (dQ/dP) * (P/Q)$

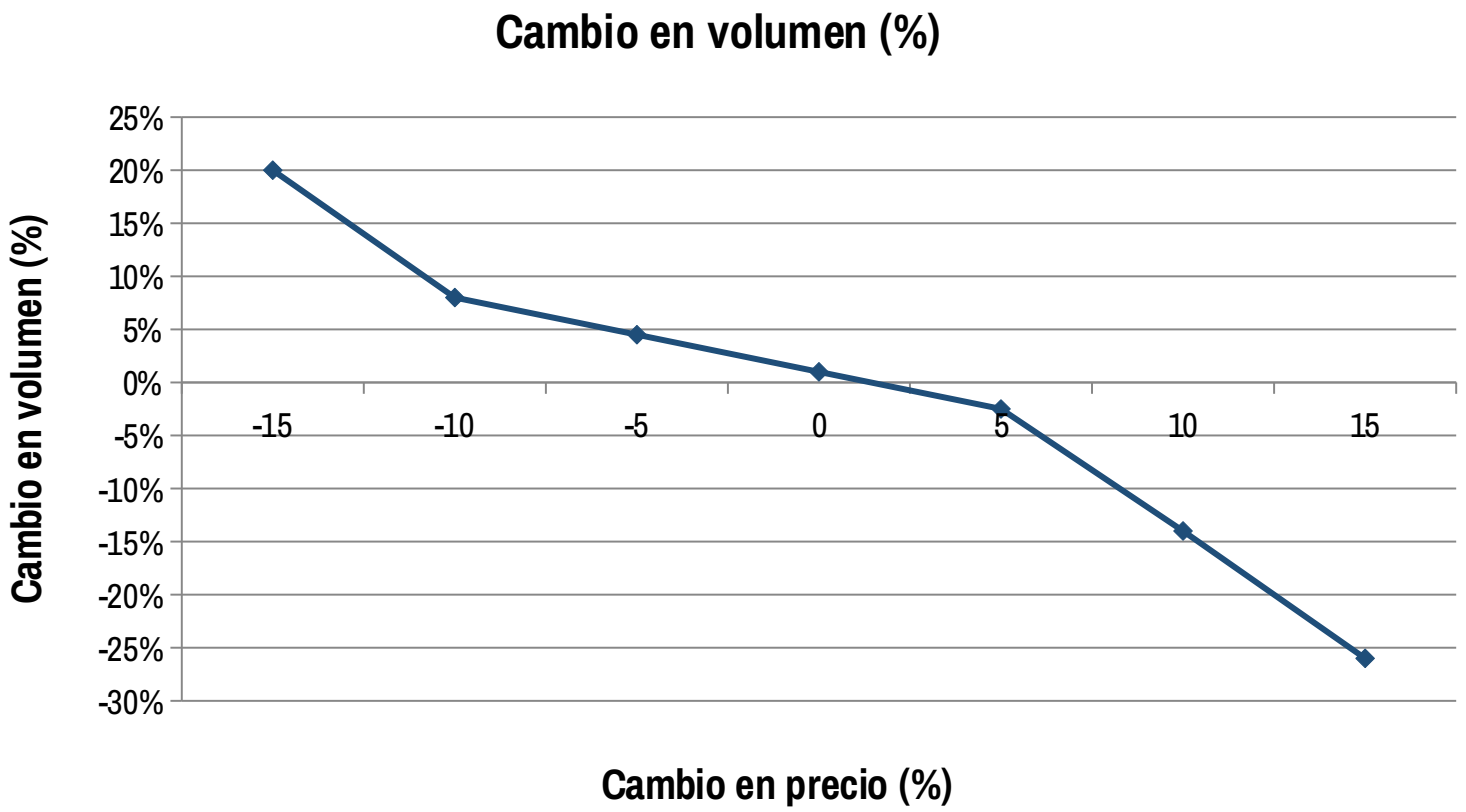
Mide el % de cambio en cantidad ante un 1% de cambio en precio.

La IA agéntica permite mejorar continuamente el modelo y con ello la comprensión de la demanda.

4. Modelo de Gutenberg (respuesta no lineal al precio y presentar umbrales)

Gutenberg ilustra por qué una elasticidad única puede ser insuficiente: la sensibilidad al precio puede cambiar por tramos, presentar umbrales y ser asimétrica.

La respuesta al precio presenta umbrales y asimetrías que una función lineal no captura: cambios pequeños generan respuestas moderadas, pero al superar ciertos umbrales la pérdida de volumen se acelera.



Qué nos enseña la curva

1. No linealidad

La sensibilidad cambia a lo largo del rango de precios.

2. Umbrales

Sobre cierto aumento, la pérdida de volumen se acelera.

3. Asimetría

Una baja y una subida equivalentes pueden generar respuestas distintas.

4. Implicancia

El agente debe estimar Q(P,X) por tramos/contexto y optimizar beneficio, no aplicar un ε fijo.

Función objetivo general: Beneficio(P) = P × Q(P,X) – C[Q(P,X)] – Costos fijos

5. De la función de demanda al precio óptimo

La optimización conecta la respuesta de la demanda con el objetivo económico y las restricciones del negocio.

1. Estimar la respuesta de la demanda

$$Q = f(P, X)$$

Precio + cliente + competencia + contexto + otras variables relevantes

2. Calcular el resultado económico

$$Beneficio(P) = P \times Q(P,X) - C[Q(P,X)]$$

Ingresos menos costos variables

3. Optimizar

$$P^* = \max Beneficio(P)$$

Encontrar el precio que maximiza el objetivo económico

Sujeto a restricciones y reglas del negocio

- **Capacidad / disponibilidad**
- **Reglas comerciales**
- **Límites de precio**
- **Inventario / recursos**

La IA permite estimar cómo responde la demanda a diferentes precios y buscar continuamente el precio que maximiza el objetivo económico dentro de las restricciones del negocio.

6. La IA agéntica cierra el ciclo de pricing con decisiones gobernadas

El Agent Harness aporta contexto, herramientas, guardrails y observabilidad

