

**LAS SUBASTAS ELECTRÓNICAS COMO ALTERNATIVA DE NEGOCIO PARA
LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA**

JESSY CATALINA ESCOBAR ÁLVAREZ - 43.167.195
DIEGO ALEJANDRO SEPÚLVEDA ESCOBAR - 71.788.195
JUAN DAVID CIFUENTES RESTREPO – 8.027.601

UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN
FACULTAD DE FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
COHORTE 67
MEDELLÍN
2012

**LAS SUBASTAS ELECTRÓNICAS COMO ALTERNATIVA DE NEGOCIO PARA
LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA**

JESSY CATALINA ESCOBAR ÁLVAREZ - 43.167.195
DIEGO ALEJANDRO SEPÚLVEDA ESCOBAR - 71.788.195
JUAN DAVID CIFUENTES RESTREPO – 8.027.601

Monografía como requisito para optar al título de
Especialista en Alta Gerencia

Asesor Metodológico
LINA MARCELA ACEVEDO CORREA

Asesor Temático
UBEIMAR GARCÍA ARISTIZÁBAL

UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN
FACULTAD DE FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
COHORTE 67
MEDELLÍN
2012

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	6
GLOSARIO	7
INTRODUCCIÓN	10
1. TIPOS DE SUBASTAS ELECTRÓNICAS MÁS USADAS POR EL NEGOCIO RETAIL EN LA ACTUALIDAD	11
1.1 SUBASTA INGLESA	12
1.2 SUBASTA HOLANDESA INVERSA (ASCENDENTE)	14
1.3 SUBASTA JAPONESA	17
1.4 SUBASTA AMERICANA O <i>YANKEE</i>	17
1.5 SUBASTA BRASILEÑA	18
2. TIPOS DE SUBASTAS ELECTRÓNICAS QUE SE ADAPTAN MEJOR A LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA	20
2.1 SUBASTA INGLESA	24
2.2 SUBASTA INGLESA INVERSA	25
2.3 SUBASTA HOLANDESA	26
2.4 SUBASTA HOLANDESA INVERSA	27
2.5 SUBASTA JAPONESA	28
2.7 SUBASTA AMERICANA O <i>YANKEE</i>	29
2.8 SUBASTA BRASILEÑA	30
3. VENTAJAS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA SUBASTA ELECTRÓNICA COMO MEDIO DE NEGOCIACIÓN, EN LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA	32
4. CONCLUSIONES	40

BIBLIOGRAFIA	43
CIBERGRAFÍA	45
OTRAS BIBLIOGRAFÍAS:	46

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Subasta Inglesa	14
Gráfica 2. Subasta Holandesa Inversa (Ascendente)	16
Gráfica 3. Subasta electrónica inversa	36

RESUMEN

En esta monografía se encuentran los diferentes tipos de subastas que existen a nivel mundial, donde se detalla el funcionamiento de cada una de ellas y el tipo de negocios (compra o venta) en que se utiliza, evaluando y analizando la aplicabilidad de cada una de las subastas en el negocio del retail en Colombia e identificando los aspectos positivos de utilizarlas como medio de negociación.

En las subastas electrónicas se resaltan los siguientes aspectos que son relevantes para las negociaciones: se minimiza el tiempo de negociación debido a que todo se realiza por medios electrónicos; se cuenta con mayor transparencia en el proceso de negociación dado que se garantiza que todos los proveedores cuentan con la misma información; se tiene acceso a un mayor número de proponentes debido a que diferentes empresas a nivel mundial que pueden participar de la negociación. Todos estos aspectos generan que las propuestas de cada una de los proveedores sean mucho más ajustadas en términos económicos, pero teniendo claro las especificaciones técnicas del producto; con lo que se garantiza que el negocio sea rentable para ambas partes.

Los beneficios obtenidos en las subasta electrónicas son transferidos al usuario final por medio de precios bajos, diversidad de productos y marcas, logrando con esto mayor competitividad de los almacenes de cadena en Colombia.

PALABRAS CLAVES

Subasta Electrónica, Retail Colombiano, Almacenes de Cadena, Precio, Ahorro, Proveedores.

GLOSARIO

ALMACENES DE CADENA: Son los diferentes supermercados o Hipermercados que se tienen en el territorio Colombiano.

COLUSIÓN: Pacto que acuerdan entre dos personas con el fin de perjudicar a un tercero.

CORE DEL NEGOCIO: Denominación inglesa del Corazón de la Empresa. Se refiere a la principal línea de negocio de la empresa sobre la que pivota toda ésta, realmente la que especifica a qué se dedica y la que supone la principal fuente de ingresos. Suele coincidir con el negocio originario de la empresa.

KAM (Key Account Manager): Un "Key Account Manager" o KAM es la persona de ventas que tiene la responsabilidad de gestionar las cuentas claves de la empresa. Una cuenta clave es aquel cliente por cuyas características puede influir directamente en el desarrollo presente y futuro de nuestra organización. Esta influencia puede estar relacionada a las ventas, rentabilidad o posición estratégica organizacional.

LICITACIÓN: Oferta que se hace en una subasta o en un concurso público, sobre todo si se trata de un contrato o servicio.

MAQUILAR: La maquila responde a un proceso de segregación de las diferentes fases del proceso de producción que permite la realización de partes del proceso por diferentes empresas en distintos países, aprovechando así las ventajas comparativas que éstos ofrecen, disminuyendo los costes de producción.

MEDIO DE NEGOCIACIÓN: Procedimiento que se utiliza al momento de pactar unas condiciones de venta o compra de un producto, con un proveedor.

OFERENTE: Es aquel individuo, entidad, que se ocupa de formular una oferta. La oferta será la cantidad de productos, bienes, servicios, que se ofrecen en un mercado a un valor determinado.

OLIGOPOLIO: Cuando un mercado es dominado por un pequeño número de productores oferentes (los oligopolistas), se dice que existe un oligopolio. La palabra tiene origen griego y está formada por dos conceptos: oligo (“pocos”) y polio (“vendedor”). Por eso, oligopolio significa justamente “pocos vendedores”. Dado que hay pocos participantes en este tipo de mercado, cada oligopolista se encuentra al tanto de las acciones de los otros. Las decisiones de un empresario, de esta forma, afectan las decisiones del resto. Los oligopolistas aprovechan su posición de privilegio para generar precios más altos y menos producción. Este tipo de empresas colaboran entre sí, a fin de mantener dicho poder y evitar la competencia.

PACKAGING: Término o anglicismo empleado para decir estuchado, embalaje o envases.

PUJAS: Acción de los postores mediante la cual aumentan o disminuyen el precio puesto a algo que se subasta.

RETAIL COLOMBIANO: Es un sector económico que engloba a las empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios uniformes a grandes cantidades de clientes y con venta de productos al por menor.

SUBASTA ELECTRÓNICA / SUBASTA INVERSA: Es un proceso dinámico de negociación de precios on line entre proveedores preseleccionados para conseguir una parte del negocio. Es una manifestación del B2B (Business to Business). Se trata de un nuevo sistema de negociación en el que, en cierto modo, desaparece la relación personal con el cliente para convertirla en una negociación a través de

internet. La subasta electrónica también se conoce como negociación electrónica, bajasta, subasta inversa o puja por Internet.

SUBASTADOR: Quien organiza actos de subasta o de adjudicación de bienes o servicios al mejor postor.

INTRODUCCIÓN

En la historia de la negociación en el retail Colombiano se puede ver que siempre se ha manejado de la forma tradicional, es decir, negociaciones personalizadas con proveedores, donde estos presentan propuestas con unas características predefinidas; generando con esto una alta probabilidad de tener malas negociaciones o malos manejos al interior de las empresas. Actualmente, se hace necesario explorar otras formas de negociación, que ayuden a los retailers a tener precios y productos competitivos con el mercado moderno y una de esas alternativas son las subastas electrónicas, pero ¿Cuáles son las ventajas de las subastas electrónicas como método de negociación para los almacenes de cadena en Colombia? Para dar respuesta a esta pregunta es importante identificar las ventajas de la subasta electrónica como medio de negociación para los almacenes de cadena, analizando los diferentes tipos de subastas electrónicas más usadas por el negocio retail en la actualidad, determinando qué tipos de subastas electrónicas se adaptan mejor a los almacenes de retail colombiano y describiendo las ventajas de la implementación de la subasta electrónica como medio de negociación, en los almacenes de venta minorista en Colombia.

Es importante identificar otras alternativas de negociación para los formatos de venta al detal, debido a que con la firma de tratados de libre comercio con otros países, es necesario, para el mercado retail, contar con nuevas herramientas de negociación que permitan tener un precio competitivo y una mejora en los diferentes procesos de adquisición de productos. A largo de esta monografía se tendrán diferentes análisis de las subastas electrónicas actuales, su aplicabilidad en otros mercados y como se puede aplicar a los almacenes de cadena en Colombia, identificando con esto que éstas son un canal de negociación que se ajusta perfectamente a este mercado y que los beneficios que se adquieren son tanto para los consumidores finales de los productos, proveedores y almacenes de cadena.

1. TIPOS DE SUBASTAS ELECTRÓNICAS MÁS USADAS POR EL NEGOCIO RETAIL EN LA ACTUALIDAD

El contexto económico en el que se desarrolla el retail mundial obliga a buscar alternativas de negociación que propendan por una reducción en los costos de adquisición que en la mayoría de los casos se transfieren al cliente final. Para este propósito las compañías cuentan en el mercado con herramientas tecnológicas que facilitan tal fin, como son las subastas electrónicas.

Actualmente existen varios tipos de subasta electrónica, cada una se implementa de acuerdo a la necesidad y alcance definido por la compañía; sin embargo, es importante conocer previamente las diferencias entre cada una de ellas y su posible aplicación en el retail Colombiano.

Tal como lo indica el Centro de Estudios de Mercados de Capitales y Financieros de la Universidad San Ignacio de Loyola “La gran ventaja de utilizar internet para tal fin estriba en que es posible negociar en tiempo real desde lugares geográficos distantes con la única necesidad de un ordenador conectado a la red siendo el resultado igual de válido y contractual que en una subasta presencial”¹.

Esto genera un incentivo muy grande a la hora de realizar una compra o venta de productos y/o servicios con diferentes proveedores simultáneamente rompiendo barreras de distancia, equidad y transparencia.

Los tipos de subasta más comunes que se utilizan en el negocio retail son:

¹ Castellares, R. 1998. El ABC del Mercado de Capitales. Centro de Estudios de Mercados de Capitales y Financieros. Universidad San Ignacio de Loyola.

1.1 SUBASTA INGLESA

Esta es una subasta que comienza con un precio base; los participantes deben conectarse simultáneamente a la herramienta electrónica y deben realizar las pujas² respetando un valor mínimo entre dos pujas, el volumen es adjudicado al participante que presente la oferta con el mejor precio.

Como se explica en el artículo *Las subastas*, de la revista Industrial Data:

Los compradores van emitiendo ofertas en orden ascendente de precios, empezando por precios bajos y mejorando sus ofertas hasta que ningún comprador puede superar el precio del último ofertante y este adquiere el bien, la subasta termina cuando el tiempo de subasta acaba. En este tipo de subasta, existe asimetría de la información porque cada participante conoce cuánto valora el bien que desea adquirir; pero desconoce la valoración de sus rivales. El agente subastador, a su vez, desconoce cuánto están dispuestos a ofrecer los participantes por los bienes; además, el valor del bien es conocido por cada participante pero existe incertidumbre acerca de la valoración del resto.

Este tipo de subasta, también permite al vendedor especificar un precio de reserva, debajo del cual el artículo no será vendido; por ejemplo, se oferta un artículo en S/. 1 500 y se pone una postura de reserva de S/. 1 800. El producto no será vendido en menos de S/. 1 800 y esta información no la pueden ver los compradores. Esta subasta se considera al alza porque el precio sube mientras los compradores ofrecen incrementos al precio inicial³.

Es importante tener en cuenta que los precios de reserva obedecen a las características especiales del producto, que los ofertantes son los que pondrán el

² Puja: se determina así al precio propuesto por cada uno de los participantes de una subasta.

³ MAVILA, Daniel. Artículo "Las Subastas". Revistas Industrial Data, Vol. (6) 2: pp. 79-81. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima – Perú, Diciembre 2003.

precio final, el cuál puede crecer de una manera importante con respecto al precio de reserva.

De acuerdo con la Revista Harvard DEUSTO *Business Review* donde hablan acerca de la Estrategia de precios e Internet⁴, este indica que:

La *Subasta Inglesa* es la más común y popular especialmente utilizada en subastas de arte. El mecanismo consiste en superar las sucesivas pujas por lo general sin límite de tiempo y hasta que nadie contra oferte la última puja no finaliza. El ganador es el ofertante de la última puja.

Es un mecanismo que persigue la optimización absoluta del precio al margen de otras variables. Por lo general es aplicable en un entorno de mercado estable.

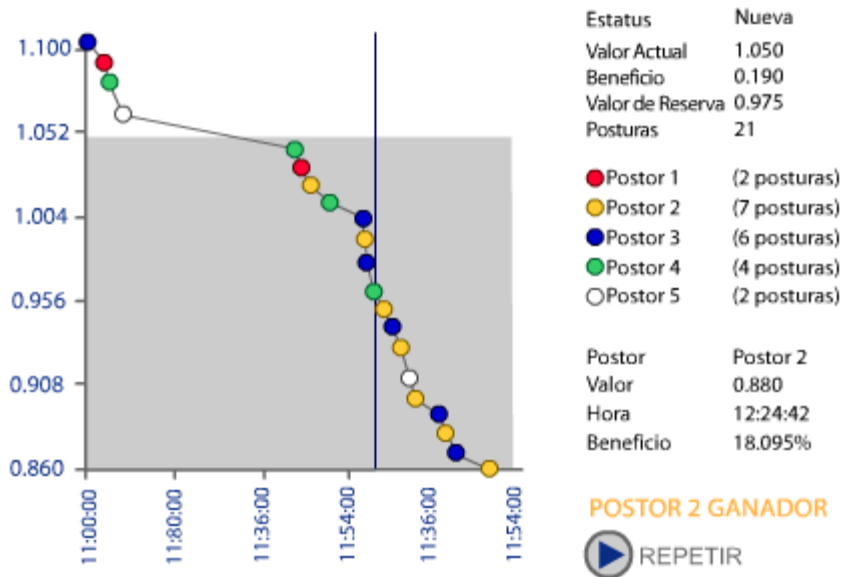
Lo anterior indica que el principal factor de una subasta es el precio al cual se esté llevando la subasta, sin importar el límite de tiempo o proponentes.

Esta Subasta para efectos de negociación de precios a la baja se denomina *Subasta Inglesa Inversa* y su funcionalidad es la misma, solo que opera en sentido descendente hasta lograr el menor valor posible.

Generalmente este tipo de subasta se utiliza cuando los precios de los participantes están alineados entre sí y alineados con el mercado. Los participantes pueden ver el mejor valor que se ha pujado, pero no quien lo propuso.

⁴ Leyland, F.; Berthon, P.; Watson, R. y Ewing, M. Octubre 2001. Estrategia de precios e Internet. Rev. Harvard DEUSTO Business Review.

Gráfica 1. Subasta Inglesa



Fuente Secundaria: Nota al pie de pagina⁵

1.2 SUBASTA HOLANDESA INVERSA (ASCENDENTE)

Este tipo de subasta se usa para términos de compra, comienza en intervalos de tiempo previamente fijados de acuerdo con un precio base del mercado definido en cada intervalo y que va en aumento continuamente, según un incremento determinado. Se debe definir un precio máximo aceptado, llamado precio de reserva. Si nadie realiza una puja igual o inferior al precio de reserva, la subasta finaliza automáticamente en el precio de reserva y se declara “desierta”.

Se tienen unos intervalos definidos, donde está el valor máximo y mínimo dentro del cual se ubica la oferta del participante.

⁵ Artículo

gas.pemex:<http://www.gas.pemex.com/PGPB/Productos+y+servicios/Gas+licuado/Mercado+gas+LP/Nuevos+esquemas+de+contrataci%C3%B3n/>. Septiembre 23 de 2012

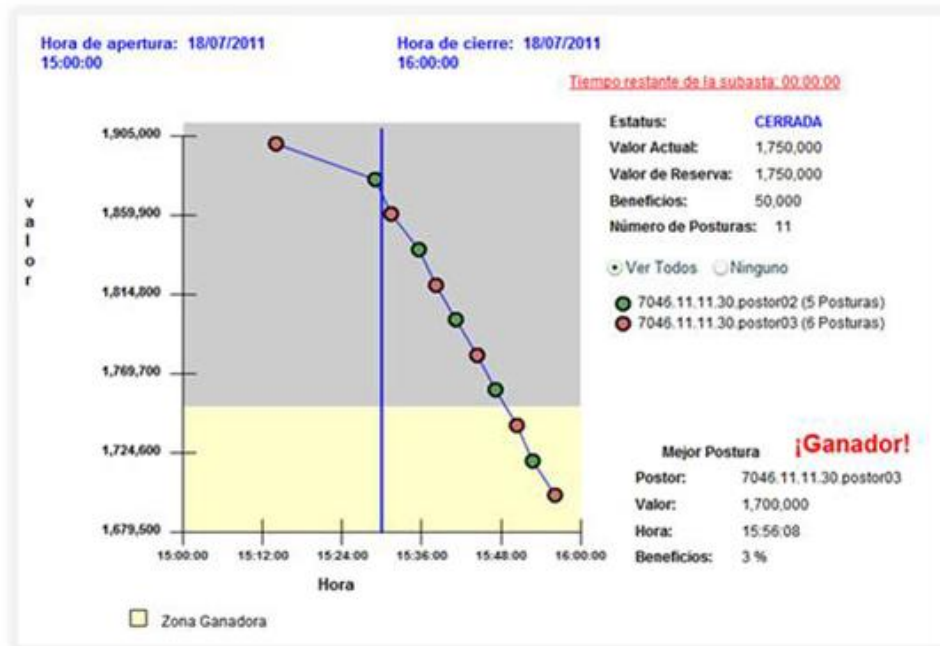
El mercado se adjudica al participante que realice la menor puja cuyo valor este contenido en alguno de los intervalos. La subasta termina al final del intervalo en el que se encuentre la puja más baja. En el caso de un empate (dos valores de puja iguales) ganaría la primera puja realizada.

Para términos de venta, definido por la Revista *Ecos de Economía No. 19* en su *Análisis Económico de las subastas y algunas experiencias de su aplicación en adjudicación de licencias de telefonía móvil*. Indica que:

La Subasta Holandesa (Descendente) se utiliza para venta, opera en forma totalmente contraria a la subasta Inglesa ya que comienza en un valor alto anunciado por el subastador y que el mismo va disminuyendo hasta que alguno de los participantes proclama que está dispuesto a pagar ese último precio anunciado por el bien. En este tipo de subasta también se presenta asimetría de información, pero a diferencia de la subasta ascendente, la incertidumbre sobre la misma no disminuye a medida que avanza el proceso, ya que por la mecánica misma de la subasta, los agentes no pueden aprender acerca de la valoración que los demás tienen del bien⁶.

⁶ TAMAYO PLATA, Mery Patricia y POSADA MONTOYA Carlos Enrique, Artículo "Análisis Económico de las subastas y algunas experiencias de su aplicación en adjudicación de licencias de telefonía móvil". Revista *Ecos de Economía No. 19*, Medellín, Octubre de 2004.

Gráfica 2. Subasta Holandesa Inversa (Ascendente)



Fuente Secundaria: Nota al pie de pagina⁷

El precio de inicio, el precio de reserva, el valor del intervalo y la duración de cada intervalo, deben ser definidos entre el responsable comercial de la negociación y el responsable de las negociaciones electrónicas. Esta parametrización depende en gran medida de la estrategia definida, las condiciones de mercado y la motivación de los participantes. La duración de esta subasta la define la mejor puja.

Este tipo de subasta generalmente se utiliza cuando los precios de los participantes no están alineados entre sí o se tienen grandes dispersiones de precios.

⁷ Artículo

gas.pemex:<http://www.gas.pemex.com/PGPB/Productos+y+servicios/Gas+licuado/Mercado+gas+LP/Nuevos+esquemas+de+contrataci%C3%B3n/>. Septiembre 23 de 2012

1.3 SUBASTA JAPONESA

Utilizada para términos de venta, esta es una subasta en sentido ascendente, comienza con un precio base con intervalos de tiempo previamente definidos y que van aumentando continuamente según un incremento determinado.

Los participantes deben pujar en cada uno de los intervalos para permanecer activos en la subasta. La subasta es adjudicada al participante que presente la puja en cada uno de los niveles (intervalos) hasta llegar a ser el único que realice la puja. Este tipo de subasta es poco usado en el negocio retail debido a que tiene grandes posibilidades de quedar desierta si al menos un participante no realiza una puja en el nivel más alto que este la subasta.

La *Subasta Japonesa Inversa* utilizada para la compra, maneja la misma metodología pero en sentido contrario a la venta, por lo cual el único participante que en el nivel más bajo en el cual se encuentre la subasta, realice una puja, siendo esta la única propuesta, se le adjudicará el negocio.

Este tipo de subasta generalmente se utiliza cuando los precios de los participantes están alineados entre sí y alineados con el mercado.

1.4 SUBASTA AMERICANA O YANKEE

De acuerdo con la información contenida en la página Web de *Pretsys*, definen la *Subasta Americana o Yankee* así:

Con una condición de suministro previamente definido sea de precio, cantidades, calidad etc. Se trata de una subasta tipo inglesa con la peculiaridad de que los participantes pueden ir modificando otras variables que no sólo sean precio, por ejemplo el participante puede ofrecer una mejora

de precio a cambio de que el subastador (comprador) aumente las cantidades de suministro o modifique condiciones logísticas, cualitativas, de packaging etc.⁸

El organizador expondrá la propuesta del participante ante los otros esperando una contraoferta que le pueda resultar más interesante.

Este tipo de subasta debe ser manejado con mucha sutileza ya que al cambiar las condiciones de la negociación se corren muchos riesgos, al no tener el tiempo suficiente para estudiar las propuestas realizadas por los participantes. También se debe tener en cuenta que cada una de las subastas tiene unos objetivos específicos, lo cuales se pueden ver afectados al cambiar alguna de las demás condiciones de la negociación.

1.5 SUBASTA BRASILEÑA

De acuerdo con la información contenida en la página Web de *Pretsys*, definen la brasileña así:

El subastador parte de un presupuesto para adquirir “x” cantidad de producto y espera que los participantes vayan aumentando la cantidad de producto por el mismo presupuesto. En esta opción predominan las cantidades de producto a adquirir no el precio.

Es usual realizar una subasta brasileña e ir decreciendo las cantidades hasta que uno de los participantes cubre la propuesta.⁹

Para este tipo de subasta es importante tener en cuenta, que se puede ver afectada la calidad del producto que se va a adquirir.

⁸ Pretsys. (2012). Pretsys. Recuperado el 25 de 05 de 2012, de <http://www.pretsys.net/blog/tipos-de-subastas.html>

⁹ Pretsys. (2012). Pretsys. Recuperado el 25 de 05 de 2012, de <http://www.pretsys.net/blog/tipos-de-subastas.html>

Finalmente podemos concluir que aunque se cuenta con diferentes tipos de subastas electrónicas, es primordial, para el éxito de la misma, contar con unos factores claves dentro de la negociación tales como: el volumen del negocio objetivo definido, existencia de varios participantes dentro de la negociación que permita generar una competencia de precio, una definición clara del precio de salida objetivo, especificaciones técnicas del producto que se desee subastar, tener reglas claras frente a la negociación que se desea realizar.

Estos factores, entre otros, serán herramientas fundamentales en la selección del mejor modelo de subasta electrónica.

2. TIPOS DE SUBASTAS ELECTRÓNICAS QUE SE ADAPTAN MEJOR A LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA

En la historia del mercado minorista en Colombia se pueden evidenciar cambios importantes tales como: El arribo de operadores internacionales de distintas latitudes¹⁰ (Makro, Carrefour, Falabella, La Polar, Ripley, Jerónimo Martín y próximamente Walt Mart) atraídos por un mercado joven y con mucho potencial por explorar que busca obtener una cuota de mercado, el cual hasta finales de la década del 90 estaba dominado por operadores nacionales (Ley, Éxito, Carulla, Vivero, La 14, Olímpica y otros de menor escala), diferentes tipos de productos (nacionales e importados) estos últimos que dejan de ser un lujo para quienes podrían viajar al exterior y adquirirlos, variedad en la calidad de los mismos producto dada la posibilidad de maquilar en países donde el costo de mano de obra es más barato por diferentes circunstancias; entre otros, que hacen que cada vez el mercado sea más exigente y sobre todo más competido.

Como lo cita Fenalco, en la investigación realizada en 2003:

En Colombia, la eliminación de las barreras comerciales y la llegada de nuevas cadenas internacionales al mercado nacional, permite evidenciar cambios en las estructuras comerciales, estableciendo una transformación en las formas de negociación, en la expansión y en la competencia en el sector al por menor.

El nuevo comercio, caracterizado por una estructura de grandes superficies, que busca generar la implementación de menores costos y precios, mediante formatos de tecnologías avanzadas, no solo cambió el proceso de comercialización sino generó influencia en el cambio de las relaciones de proveedores y consumidores. Anteriormente, los proveedores eran los que tenían un mayor poder en la negociación, por ser los primeros en la cadena productiva. Sin embargo, hoy, ese poder ha sido trasladado al

¹⁰ Artículo Vanguardia: <http://www.vanguardia.com/economia/local/175574-el-mercado-da-para-mucho-mas-de-lo-que-se-ve-hoy-la-polar>. Septiembre 23 de 2012.

distribuidor, al ser el agente de la cadena de comercio más cercano al consumidor, permitiéndole tener un acceso de información más confiable sobre las necesidades y gustos de los consumidores¹¹.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante resaltar que cada día el mercado de los minoristas en Colombia, es más competitivo en productos y precios, que ya los clientes tienen diferentes ofertas de distribuidores, marcas y productos, lo que hace necesario que los distribuidores o almacenes de cadena busquen nuevas alternativas de negociación que les permita ser competitivos y mantenerse en el mercado en la medida que éste crece.

El modelo tradicional usado en el mercado minorista es el cara a cara o “*Face to Face*”. Este se enmarca en una relación comercial que en la mayoría de los casos parte de la confianza y la buena fe en el sentido de que solo las relaciones de confianza son las que se establecen para el largo plazo. Dicho modelo implica para los almacenes de cadena tener la figura de comprador o negociador como el contacto con el cual el proveedor establece la relación comercial y a su vez este designa a un KAM (*Key Account Manager*) o cuenta clave para que en su representación establezca y mantenga esta relación.

Es importante tener en cuenta el libro *Como negocian los Colombianos*¹², donde el autor divide en dos escuelas la manera de negociar: la tradicional y/o distributiva que es la del regateo (– pedir mucho y después bajarse - los colombianos somos negociadores tradicionales); y la negociación integrativa que hace énfasis en la satisfacción del mayor número de intereses de los negociadores, las propuestas de solución del problema se hacen después de explorar con claridad los intereses de todos, después de intercambiar información.

11 FENALCO presidencia nacional; Investigación “El impacto de las promociones de los almacenes de gran formato sobre la inflación. El caso colombiano”.

12 OGLIASTRI, Enrique. “Como negocian los Colombianos” Alfaomega, 2001

De acuerdo con el autor del precitado texto, es necesario tener herramientas de negociación que permitan un modelo gana - gana pero que al mismo tiempo permitan tener un precio competitivo y rentable.

Como se pudo ver en el primer capítulo de la presente monografía, la tecnología va de la mano con lo que hoy necesita el mercado minorista en Colombia, ya que las subastas electrónicas son una herramienta que permite obtener variedad de productos a precios muy competitivos, además permitirán la sostenibilidad de los almacenes de cadena en el medio.

A continuación se realizará un análisis de cada una de las subastas y en qué tipo de productos son aplicables de acuerdo a las necesidades que hoy se tienen en el mercado minorista en Colombia.

“Cabe resaltar que en las subastas se tienen dos modelos: una subasta que es de compra o inversa (Gana el que ofrece un menor valor en el producto o servicio) y una subasta de venta (Gana el que ofrece el mayor valor por el bien)”¹³. De acuerdo a lo que se conoce del mercado minorista, se debe tener en cuenta que el modelo de subasta más aplicable en este mercado es el de subasta de compra o inversa; ya que en la negociación del producto es que se pueden lograr unos ahorros importantes que pueden ser trasladados al precio de venta, de manera que este sea más competitivo, siendo esta opción de libre decisión de la cadena ya que también estos ahorros pueden buscar mantener un nivel de rentabilidad que por condiciones de mercado se estén perdiendo.

Otro aspecto importante que se debe analizar, es identificar cuando se deben utilizar las subastas inversas, para esto se tomara como referencia el artículo *Subasta Inversa – Cuando utilizarla* de la reconocida empresa Americana EPIQ,

13 Leyland, F.; Berthon, P.; Watson, R. y Ewing, M. Octubre 2001. Estrategia de precios e Internet. Rev. Harvard DEUSTO Business Review.

que provee herramientas avanzadas de gestión de la oferta, donde se cita: “Hay varios factores que intervienen en la decisión de utilizar las subastas inversas. Estos factores incluyen: las especificaciones de los productos, la estructura de la base de la oferta, la estructura de precios de mercado, proyecta los plazos de entrega, el estado de contrato, los costos de los proveedores de conexión, la complejidad de distribución, la oportunidad de ahorro, el tamaño de la compra, y el carácter estratégico de las relaciones con los proveedores”¹⁴.

Es muy importante, para los almacenes de cadena en Colombia identificar qué tipos de productos y con qué especificaciones son los más opcionados para ser subastados, ya que puede que haya muchos en los que no aplique este tipo de negociación o donde no sea rentable realizarlo. Adicional al producto, esta herramienta también permite tener en cuenta en la negociación el tema de la distribución del producto, el tamaño de la compra, los plazos de entrega; ya que estos factores también influyen en el costo del producto que propone el proveedor.

También se debe tener en cuenta que para las subastas se debe contar con la participación de varios proveedores, de allí la importancia de identificar el tipo de productos que se desea negociar, ya que no es recomendable usar este modelo de negociación en mercados de monopolio u oligopolio, dado que en el primer caso no existe competencia alguna para buscar un mejor precio y en el segundo lo que normalmente sucede es que se crean los denominados “carteles” para blindarse y proteger entre si el mercado en el cual participan; en este caso es más aplicable la negociación tradicional. Ejemplo de estos son los productos de marcas nacionales o internaciones que ya tiene un reconocimiento, donde solo un proveedor los produce y/o las comercializa.

14 WHEATON, G. (2011). WHEATON, Glenn. Artículo “Subastas Inversas – Cuando utilizarlas”. http://translate.google.com.co/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.epiqtech.com/reverse_auctions.htm. Recuperado el 15 de 08 de 2012

Es importante destacar que los negocios que se realizan por subasta inversa son los que necesiten grandes cantidades de producto que permitan tener ofertas de costos bajos, con unas especificaciones detalladas del tipo de producto, que garanticen la calidad del mismo y que cada uno de los proveedores debe cumplir al momento de participar en la subasta. Este tipo de negociaciones es donde se logra obtener un beneficio financiero representativo para los almacenes de cadena.

Después de haber analizado los cambios que ha sufrido el mercado minorista en Colombia, analizado las negociaciones que se tiene en la actualidad en los almacenes de cadena e identificado cuando se debe utilizar una subasta electrónica, se procede a analizar cada una de las subastas y cuáles son las ventajas y desventajas para su implementación en el mercado del comercio minorista.

A continuación detallaremos de cada tipo de subastas su uso, productos en los que se implementa y sus características, mecánica de la subasta y finalmente su aplicabilidad en los almacenes de cadena en Colombia:

2.1 SUBASTA INGLESA

USO COMPRA/VENTA: Venta del producto o bien.

PRODUCTOS EN LOS QUE SE IMPLEMENTA: Se puede usar en todos los productos y bienes.

CARACTERÍSTICA DE LOS PRODUCTOS: No se tiene unas características especiales, ya que aplica para cualquier producto o bien

MECÁNICA DE LA SUBASTA: Esta es una subasta que comienza con un precio base; los participantes deben conectarse simultáneamente a la herramienta electrónica y deben realizar las pujas respetando un valor mínimo entre dos pujas, el volumen es adjudicado al participante que presente la oferta con precio más alto.

¿APLICA PARA LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA? No se ve aplicabilidad en el modelo de venta que se tiene en los almacenes de cadena en Colombia, ya que este modelo de subasta es para la venta de productos y para este mercado se tiene la venta directa en punto de venta.

2.2 SUBASTA INGLESA INVERSA

USO COMPRA/VENTA: Compra del producto o bien.

PRODUCTOS EN LOS QUE SE IMPLEMENTA: Se puede usar en todos los productos y bienes.

CARACTERÍSTICA DE LOS PRODUCTOS: La característica del proceso varía de acuerdo al producto o servicio que este solicitando el comprador, las cuales son enviadas a todos los proveedores, para que estos sepan si es viable participar en la subasta.

MECÁNICA DE LA SUBASTA: Esta es una subasta que comienza con un precio base; los participantes deben conectarse simultáneamente a la herramienta electrónica y deben realizar las pujas respetando un valor mínimo entre dos pujas, el volumen es adjudicado al participante que presente la oferta con precio más bajo.

¿APLICA PARA LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA? Esta subasta se ajusta a las cadenas de almacenes en Colombia, ya que muchos de ellos comercializan sus propias marcas y manejando este modelo puede adquirir productos y servicios a costos muy bajos; ejemplo de esto son los granos (frijol, maíz, arroz, etc.) leche líquida, aceite (nacional o extranjero), entre otros. También diferentes productos de otros negocios como peluches, planes corporativos de celulares, papelería en general, etc.

2.3 SUBASTA HOLANDESA

USO COMPRA/VENTA: Venta del producto o bien.

PRODUCTOS EN LOS QUE SE IMPLEMENTA: Se puede usar en todos los productos y bienes.

CARACTERISTICA DE LOS PRODUCTOS: No se tiene unas características especiales, ya que aplica para cualquier producto o bien

MECANICA DE LA SUBASTA: Se utiliza para venta, opera en forma totalmente contraria a la subasta Inglesa ya que comienza en un valor alto anunciado por el subastador y que el mismo va disminuyendo hasta que alguno de los participantes proclama que está dispuesto a pagar ese último precio anunciado por el bien. En este tipo de subasta también se presenta asimetría de información, pero a diferencia de la subasta ascendente, la incertidumbre sobre la misma no disminuye a medida que avanza el proceso, ya que por la mecánica misma de la subasta, los agentes no pueden aprender acerca de la valoración que los demás tienen del bien.

¿APLICA PARA LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA? No se ve aplicabilidad en el modelo de venta que se tiene en los almacenes de cadena en

Colombia, ya que este modelo de subasta es para la venta de productos y para este mercado se tiene la venta directa en punto de venta.

2.4 SUBASTA HOLANDESA INVERSA

USO COMPRA/VENTA: Compra del producto o bien.

PRODUCTOS EN LOS QUE SE IMPLEMENTA: Se puede usar en todos los productos y bienes.

CARACTERISTICA DE LOS PRODUCTOS: La característica del proceso varía de acuerdo al producto o servicio que este solicitando el comprador, las cuales son enviadas a todos los proveedores, para que estos sepan si es viable participar en la subasta.

MECANICA DE LA SUBASTA: Comienza en intervalos de tiempo previamente fijados de acuerdo con un precio base del mercado definido en cada intervalo y que va en aumento continuamente, según un incremento determinado. Se debe definir un precio máximo aceptado, llamado precio de reserva. Si nadie realiza una puja igual o inferior al precio de reserva, la subasta finaliza automáticamente en el precio de reserva y se declara “desierta”. El mercado se adjudica al participante que realice la menor puja cuyo valor este contenido en alguno de los intervalos. La subasta termina al final del intervalo en el que se encuentre la puja más baja. En el caso de un empate (dos valores de puja iguales) ganaría la primera puja realizada.

¿APLICA PARA LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA? Esta subasta se ajusta a las cadenas de almacenes en Colombia, ya que muchos de ellos comercializan sus propias marcas y manejando este modelo pueden adquirir productos p servicios a costos muy bajos; ejemplo de esto son los granos (frijol, maíz, arroz, etc.) leche líquida, aceite (nacional o extranjero), entre otros.

También diferentes productos de otros negocios como peluches, planes corporativos de celulares, papelería en general, etc.

2.5 SUBASTA JAPONESA

USO COMPRA/VENTA: Venta del producto o bien.

PRODUCTOS EN LOS QUE SE IMPLEMENTA: Se puede usar en todos los productos y bienes.

CARACTERISTICA DE LOS PRODUCTOS: No se tiene unas características especiales, ya que aplica para cualquier producto o bien.

MECANICA DE LA SUBASTA: Se trata de una subasta tipo inglesa con la peculiaridad de que los participantes pueden ir modificando otras variables que no sólo sean precio, por ejemplo el participante puede ofrecer una mejora de precio a cambio de que el subastador (comprador) aumente las cantidades de suministro o modifique condiciones logísticas, cualitativas, de packaging etc.

¿APLICA PARA LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA? No se ve aplicabilidad en el modelo de venta que se tiene en los almacenes de cadena en Colombia, ya que este modelo de subasta es para la venta de productos y para este mercado se tiene la venta directa en punto de venta.

2.6 SUBASTA JAPONESA INVERSA

USO COMPRA/VENTA: Compra del producto o bien.

PRODUCTOS EN LOS QUE SE IMPLEMENTA: Se puede usar en todos los productos y bienes.

CARACTERÍSTICA DE LOS PRODUCTOS: La característica del proceso varía de acuerdo al producto o servicio que este solicitando el comprador, las cuales son enviadas a todos los proveedores, para que estos sepan si es viable participar en la subasta.

MECÁNICA DE LA SUBASTA: La Subasta Japonesa Inversa utilizada para la compra, maneja la misma metodología pero en sentido contrario a la venta, por lo cual el único participante que en el nivel más bajo en el cual se encuentre la subasta, realice una puja, siendo esta la única propuesta, se le adjudicara el negocio.

¿APLICA PARA LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA? Esta subasta se ajusta a las cadenas de almacenes en Colombia, ya que muchos de ellos comercializan sus propias marcas y manejando este modelo pueden adquirir muchos productos a costos muy bajos; ejemplo de esto son los granos (frijol, maíz, arroz, etc.) leche líquida, aceite (nacional o extranjero), entre otros. También diferentes productos de otros negocios como peluches, planes corporativos de celulares, papelería en general, etc.

2.7 SUBASTA AMERICANA O YANKEE

USO COMPRA/VENTA: Compra del producto o bien.

PRODUCTOS EN LOS QUE SE IMPLEMENTA: Se puede usar en todos los productos y bienes.

CARACTERÍSTICA DE LOS PRODUCTOS: La característica del proceso varía de acuerdo al producto o servicio que este solicitando el comprador, las cuales son enviadas a todos los proveedores, para que estos sepan si es viable participar

en la subasta. En este modelo se puede cambiar la calidad del producto y/o características del mismo, para mejorar el precio de venta por parte del proveedor.

MECANICA DE LA SUBASTA: Se trata de una subasta tipo inglesa con la peculiaridad de que los participantes pueden ir modificando otras variables que no sólo sean precio, por ejemplo el participante puede ofrecer una mejora de precio a cambio de que el subastador (comprador) aumente las cantidades de suministro o modifique condiciones logísticas, cualitativas, de packaging etc.

¿APLICA PARA LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA? No se ve aplicabilidad ya que los productos comprados por medio de subastas requieren de una ficha técnica la cual garantiza la calidad y características del producto; pero con este modelo de subasta, esto no se garantiza. También puede pasar que las personas que realizan la subasta no tengan autonomía para realizar cambios en la negociación durante la subasta.

2.8 SUBASTA BRASILEÑA

USO COMPRA/VENTA: Compra del producto o bien.

PRODUCTOS EN LOS QUE SE IMPLEMENTA: Se puede usar en todos los productos y bienes.

CARACTERÍSTICA DE LOS PRODUCTOS: La característica del proceso varía de acuerdo al producto o servicio que este solicitando el comprador, las cuales son enviadas a todos los proveedores, para que estos sepan si es viable participar en la subasta.

MECÁNICA DE LA SUBASTA: El subastador parte de un presupuesto para adquirir “x” cantidad de producto y espera que los participantes vayan aumentando

la cantidad de producto por el mismo presupuesto. En esta opción predominan las cantidades de producto a adquirir no el precio. Es usual realizar una subasta Brasileña e ir decreciendo las cantidades hasta que uno de los participantes cubre la propuesta.

¿APLICA PARA LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA? Esta subasta se ajusta a las cadenas de almacenes en Colombia, ya que muchos de ellos comercializan sus propias marcas y manejando este modelo pueden adquirir muchos productos a costos muy bajos; ejemplo de esto son los granos (frijol, maíz, arroz, etc.) leche líquida, aceite (nacional o extranjero), entre otros. También diferentes productos de otros negocios como peluches, planes corporativos de celulares, papelería en general, etc. Se debe evaluar muy bien qué tipo de producto se comercializa con este modelo de subasta ya que puede afectar los niveles de inventario que se deben manejar en los almacenes.

De acuerdo al análisis de cada una de las subastas se concluye que para los almacenes de cadena en Colombia es aplicable el modelo de subasta inversa, enfocándolo en las compras de grandes volúmenes de productos, hacer negociaciones a precios muy bajos, que les permitirá ser competitivos e innovadores en el mercado; poder ofrecer productos de marcas propias con muy buena calidad, variedad y precio. No se puede perder de vista que las subastas electrónicas, lo que permite tener mayor control, evitando tener fraudes o algún tipo de manejo indebido frente a la misma; también se tienen ganancias importantes en los tiempos de negociación y el aumento de las mismas, lo que generara oportunidad en los procesos internos de los almacenes de cadena y ofrecerle a sus clientes productos básico, modernos y de buena calidad.

3. VENTAJAS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA SUBASTA ELECTRÓNICA COMO MEDIO DE NEGOCIACIÓN, EN LOS ALMACENES DE CADENA EN COLOMBIA

Después de identificar que las Subastas aplicables a los almacenes de cadena en Colombia son la inglesa inversa, holandesa inversa, japonesa inversa y la brasileña; es importante que se ahonde en las ventajas que estas subastas le pueden traer a estos retailers en Colombia.

Una de las ventajas más tangibles es la claridad en las condiciones de las negociaciones (producto, logística, pólizas de cumplimiento, etc.), que de acuerdo a lo que se ha visto anteriormente en todas las subastas, éstas son pactadas desde el inicio, de manera que cada uno de los oferentes pueda analizar si es capaz, o no, de cumplir con estos requerimientos, y en caso de cumplir con ellos, si puede entrar a negociar un precio más bajo, buscando quedarse con el negocio.

Como se cita en el libro Subasta electrónica interactiva y subasta a sobre cerrado: un análisis comparativo de los resultados en Bolivia¹⁵: “Las subastas electrónicas reducen los problemas de información incompleta que son evidentes en subastas a pliego cerrado, lo cual minimiza la posibilidad de incurrir en que los oferentes sientan que no realizaron un buen negocio”.

De acuerdo a esto, las subastas electrónicas nos ayudan a dar claridad al proceso de negociación, a que los oferentes sepan cual es el objetivo de la subasta y que no se tengan brechas de información que pongan en riesgo la negociación o que lleven a los almacenes de cadena a tener problemas legales con los oferentes o proveedores.

¹⁵ ORELLANA Walter, FERNANDEZ Bernardo y FERNANDEZ Bladimir. Subasta electrónica interactiva y subasta a sobre cerrado: un análisis comparativo de los resultados en Bolivia. Pág. 311.

En el libro antes descrito también hacen alusión al tema de la transparencia, aseverando que: En estas condiciones, los incentivos para desertar de un eventual cártel son grandes, lo cual hace que este no sea sostenible en el tiempo. Adicionalmente, la adopción de un precio de reserva (o postura mínima aceptada) protege también al proveedor de conductas colusivas, en la medida que existen adjudicaciones únicamente a precios iguales o inferiores a dicho precio de reserva.

Otro punto importante de tener la información en una herramienta informática, es que permite tener la información en tiempo real, es decir, en el momento que un oferente o proponente quieran consultarla, esta se encontrará disponible y actualizada.

Las subastas electrónicas, son de gran importancia ya que permiten, en primer lugar, agilidad en el manejo de los procesos de contratación, haciendo uso de internet, a través de los correos electrónicos, las páginas Web, etc., lo cual hace más fácil el proceso, debido a que se evitan trámites, documentos, envíos de documentación, sellos, etc., y de igual manera la distancia no es un obstáculo para poder contratar ya que dicho medio acorta las distancias y permite el desarrollo del negocio sin importar el lugar de ubicación del oferente o el proponente. A este tema se hace alusión en el artículo de la Universidad del estado de California “*Subastas Inversas: Beneficios, desafíos y mejoras*”.

Otro factor importante para los compradores y vendedores es la uniformidad y la velocidad mejorada del proceso de adquisición. Las subastas inversas son mucho más rápidas que las subastas tradicionales. Subastas tradicionales tienen un promedio de seis semanas de duración, mientras que las subastas en línea son por lo general terminadas de 3 a 8 horas (Jap, 2003). Todos los trámites y comunicaciones a través de correo electrónico, fax, llamadas telefónicas y negociaciones a través de múltiples rondas de licitación se eliminan.

Las decisiones se toman con un clic del ratón, y concluir las negociaciones dentro de un día hábil. En un sentido, la negociación se relega a un sistema que permite a los proveedores para negociar entre sí¹⁶.

De acuerdo a este artículo, las subastas dan mucho más agilidad a las negociaciones, permitiendo con esto que la adquisiciones de nuevos productos se realice en periodos de tiempo más cortos y que el proceso sea más confiable tanto para los oferentes como para los proponentes.

Es muy importante tener en cuenta que las subastas electrónicas ayudan a tener mayor transparencia en los procesos de compra, debido a que todos los modelos de subasta tienen como premisa que los proveedores tienen solo una oportunidad para enviar una pre-oferta, la cual no se podrá modificar hasta que no se esté en la subasta; allí todos los proveedores tendrán la misma oportunidad y las mismas condiciones para ofertar precios diferente a los pre-ofertados.

Otras ventajas que se tienen en las subastas electrónicas son la transparencia y la trazabilidad, debido a que se tienen todas las ofertas de los proveedores sistematizadas, evitando alteraciones en la información o cambios en las ofertas de precios realizadas por cada uno de ellos. Esto también permite que todos los proveedores participen en la subasta con las mismas condiciones, minimizando que algunos proveedores tengan ventajas sobre los demás participantes.

De acuerdo con Eric Rincon Cárdenas en su informe “*Subasta electrónica y su aplicación en la contratación pública*”¹⁷, las subastas electrónicas por su característica competitiva, como procedimiento dinámico de oferta y demanda, representa la mejor forma de contratar bienes de características técnicas uniformes, donde lo dirimente sea exclusivamente el precio.

¹⁶ <http://www.csupom.org/domains/csuom/PUBLICATIONS/2008/08-17.pdf>. Noviembre 03 de 2012

¹⁷ http://web.certicamara.com/media/49016/articulo_subastas.pdf. Noviembre 01 de 2012.

Es importante tener en cuenta que las condiciones de la negociación son únicas, es decir, no se pueden cambiar durante la subasta; adicional a esto en las herramientas electrónicas queda la trazabilidad de todo el proceso, lo que permite tener argumentos para exigir al proveedor lo que se pactó desde el inicio.

Uno de los factores más importantes y por lo que se visualiza la ganancia de las subastas inversas para los almacenes de cadena son los bajos costos a los que se logran adquirir los productos, que al final se traduce en precios más competitivos para los clientes.

Continuando con la referencia del artículo de la Universidad del estado de California, ellos dicen que:

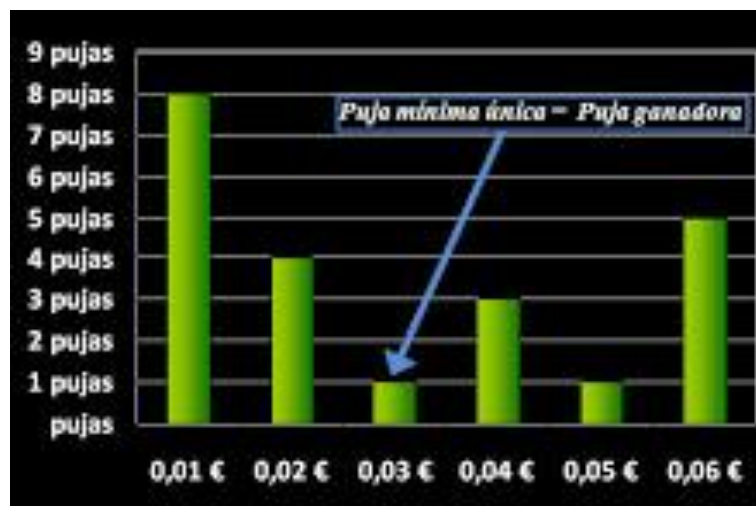
El beneficio más obvio de las subastas inversas es en el ahorro de costos para el comprador. Como cualquier dólar ahorrado en la compra de costo se agrega un dólar a la línea de fondo, la reducción de los costos de contratación siempre ha sido una prioridad para la mejor gestión.

Las subastas inversas pueden tener impacto significativo en la reducción de costos de compra. Uno de los beneficiarios es Rio Grande Regional Hospital, que fue capaz de reducir su costo en la contratación de enfermeras de 850.000 dólares a \$ 300.000. Para llenar los vacíos en su lista de enfermería, el hospital ha usado, tradicionalmente, enfermeras contratadas a través de agencias que cobran \$ 75 por hora, mientras que la tarifa media del personal de enfermería es alrededor de \$ 25 por hora. Mediante el uso de subastas inversas, el hospital va directamente a los diplomados en enfermería y les permite pujar por turnos disponibles, con la oferta más baja gana el turno (Martin, 2006). Debido a que muchas empresas que utilizan subastas inversas compran por volumen, son capaces de tomar incluso una mayor ventaja de ahorro de costos. Los ahorros significativos han permitido a las empresas disfrutar de beneficios a corto plazo y aumento de las inversiones. También, debido a que las subastas inversas se llevan a cabo a un ritmo

mucho más rápido ritmo que las subastas tradicionales, el ahorro es realizado mucho más rápido¹⁸.

En el artículo se hace referencia a un ejemplo de ahorro de costos en servicios, pero para el caso de los almacenes de cadena en Colombia, aplica perfectamente para el caso de la compra de productos que se comercializan en sus tiendas; debido a que éstos pueden comprar grandes volúmenes de productos y lograr unos ahorros representativos en las negociaciones. Se anexa gráfica con ejemplo de cómo se visualiza en una subasta electrónica inversa, los diferentes precios pujados y cuál es el que se escoge al final.

Gráfica 3. Subasta electrónica inversa



Fuente Secundaria: Nota al pie de pagina¹⁹

Las subastas inversas para los almacenes de cadena pueden tener otra ganancia, debido a que al interior de estas cadenas se generan unos gastos administrativos en diferentes productos o servicios, los cuales se pueden disminuir haciendo subastas inversas con los diferentes proveedores que se tienen en el mercado, para cada uno de ellos; ejemplo de esto es el tema de suministros de papel y tóner

¹⁸ <http://www.csupom.org/domains/csuom/PUBLICATIONS/2008/08-17.pdf>. Noviembre 03 de 2012

¹⁹ Artículo Puja en Red: <http://www.pujaenred.com/faq.php#faq1>. Octubre 13 de 2012

para impresión, servicios de telefonía (celular y fija), servicios de mantenimiento, servicio de transporte de mercancía (logística interna), productos de aseo, servicio de publicidad, servicio de impresión de volantes, revistas y catálogos, entre otros. Este tipo de ahorros son importantes para las cadenas de almacenes y tener ahorros en estos, también permitirá que estos inviertan en el *core* del negocio, que es la venta minorista.

Una ventaja de las subastas inversas electrónicas es el acceso a más ofertantes o proveedores, debido a que en la actualidad las negociaciones se limitan a que sean proveedores nacionales o multinacionales que ya estén en el mercado Colombiano. Con las subastas inversas se puede negociar con proveedores de otros países o multinacionales que no comercializan sus productos en el país, pero que venden productos para maquilar con marcas propias de las cadenas colombianas.

También permite que más proveedores tengan la oportunidad de participar en negocios que son representativos y con los que pueden cumplir perfectamente; haciendo que ellos sean cada día más competitivos y siendo esta una condición del mercado, muy satisfactoria para los proponentes.

Para las especificaciones técnicas de los productos, las subastas inversas son una herramienta que permite tener claridad en lo que el proponente necesita y en lo que el proveedor se está comprometiendo a entregar; debido a que se tiene una ficha técnica, donde se tienen cada una de las especificaciones del mismo, por lo que no cabe oportunidad, ni para que el proponente exija lo que no solicitó o para que el proveedor no entregue lo que se comprometió a entregar.

Todos los almacenes de cadena necesitan desarrollar procesos de compra para poder llevar a cabo su actividad; estas compras los pueden llevar a tener gastos que inciden directamente en los estados de resultados de la compañía. Las

subastas electrónicas es un sistema que permite tener un ahorro en las empresas en el momento de la compra. De acuerdo con esto, el artículo “*Abastecimiento a través de subastas de compra en línea*”, este muestra las ventajas de este tipo de sistemas:

Muchas empresas continúan abasteciéndose a través de los canales tradicionales, imprescindibles para sus negocios y suficientes para su actividad diaria. Sin embargo, en algunos casos estos sistemas manuales pueden resultar demasiado lentos y costosos en tiempo y personal lo que hace que las empresas se empiecen a plantear los sistemas de subastas como alternativa.

Antes de tomar esta decisión es necesario conocer cuáles son los beneficios reales de proveer a la empresa de los productos o servicios a través de una subasta en Internet. Estos beneficios son:

- Obtención de mayor número de ofertas y menor fluctuación en precios.
- Mayor transparencia en el proceso de compra.
- Eliminación de trámites burocráticos.
- Mayor rapidez en el proceso de compra.
- Información en tiempo real.
- Acceso a un mayor número de proveedores.
- Menor coste administrativo.
- Posibilidad de obtener los productos a un precio más reducido del habitual²⁰.

Teniendo en cuenta lo anterior, las subastas inversas ayudan, de manera uniforme, en la optimización y rentabilización del negocio de los supermercados de

²⁰ CECARM - Centro de negocios de la región de Murcia. Artículo “Abastecimiento a través de subastas de compra en línea”, Consultada Octubre 30 de 2012.
<http://www.cecarm.com/servlet/s.SI?sit=c,731,m,2628&METHOD=DETALLECONTENIDO&id=1566>

cadena; teniendo ahorros significativos que al final del día, serán trasladados al precio de venta final generando con esto mayor competitividad en el mercado.

4. CONCLUSIONES

Aunque se cuenta con diferentes tipos de subastas electrónicas, es primordial, para el éxito de la misma, contar con unos factores claves dentro de la negociación tales como: el volumen del negocio objetivo definido, existencia de varios participantes dentro de la negociación que permita generar una competencia de precio, una definición clara del precio de salida objetivo, especificaciones técnicas del producto que se desee subastar y tener reglas claras frente a la negociación que se desea realizar.

De acuerdo al análisis de cada una de las subastas se concluye que para los almacenes de cadena en Colombia es más aplicable el modelo de subasta inversa, debido a que permite la compra de grandes volúmenes de productos, hacer negociaciones a precios muy bajos, que les permitirá ser competitivos e innovadores en el mercado; poder ofrecer productos de marcas propias con muy buena calidad, variedad y precio. No se puede perder de vista que las subastas electrónicas, permite tener mayor control, evitando tener fraudes o algún tipo de manejo indebido frente a la misma; también se tienen ganancias importantes en los tiempos de negociación y el aumento de las mismas, lo que generara oportunidad en los procesos internos de los almacenes de cadena y ofrecerle a sus clientes productos básico, modernos y de buena calidad.

Las subastas inversas ayudan, de manera uniforme, en la optimización y rentabilización del negocio de los supermercados de cadena; teniendo ahorros significativos que al final del día, serán trasladados al precio de venta final generando con esto mayor competitividad en el mercado.

En caso de que los almacenes de cadena en Colombia decidan implementar las subastas electrónicas, serán mucho más competitivas frente a las multinacionales que están entrando al mercado en este momento (*Replay, Cencosud, etc.*)

En la realización de esta monografía se presentó una dificultad grande en la consecución de libros guías sobre subastas electrónicas aplicadas al mercado Colombiano, debido a que la información que se tiene de subastas en la actualidad, está enfocada en mercados internacionales como el americano. Adicional a esto la información que existe del mercado colombiano sobre subasta está directamente relacionada con las subastas en el sector público o subastas de compra de productos o servicio en otros sectores; mientras que para los almacenes de cadena se debe aplicar el método de subasta inversa, el cual no es muy utilizado en el común de las negociaciones.

Se logra identificar que las subastas electrónicas ofrecen grandes ventajas a los almacenes de cadena en Colombia, en el tema de las negociaciones de grandes volúmenes de productos, debido a que son un buen medio para obtener los mejores precios, el volumen de producto que estas requieren y la oportunidad de tener estos productos en muy corto tiempo, en sus almacenes; logrando con esto ser más competitivos, teniendo costo de compra más bajos y mayor rotación de sus inventarios.

Con esta monografía se logra confirmar la hipótesis formulada en la propuesta investigativa de que las subastas electrónicas ofrecen muchas ventajas en las negociaciones a los almacenes de cadena en Colombia, debido a que permiten obtener mayor rentabilidad en la adquisición de productos con mejor calidad y mejor precio, además generan eficiencia en el tiempo de negociación ya que permiten intercambiar la información de manera electrónica y garantizan a los almacenes de cadena ser más competitivos en el mercado. También se logran identificar otras ventajas que no solo benefician a los almacenes de cadena, sino también a sus clientes y proveedores, debido a que es un proceso donde todos ganan.

Otros temas importantes que tienen relación con esta monografía, pero que no fueron tratados en la misma porque no hacían parte del objeto de estudio son el TLC con los demás países como complemento de las subastas electrónicas, debido a que los almacenes de cadena en Colombia pueden verse beneficiados al contar con proveedores que estén ubicados en países con los que se tengan estos tratados de libre comercio, dado que los bajos aranceles y otros impuestos que sean bajos, pueden generar mejores propuestas de productos y precios de los proveedores hacia estas cadenas.

BIBLIOGRAFIA

CASTELLARES, Rolando. En: El ABC del Mercado de Capitales. Centro de Estudios de Mercados de Capitales y Financieros. Universidad San Ignacio de Loyola. 1998.

FENALCO, Presidencia Nacional. Investigación, El impacto de las promociones de los almacenes de gran formato sobre la inflación. El caso colombiano. Documento en PDF.

LEYLAND, F; BERTHON, P; WATSON, R; EWING, M. Estrategia de precios e Internet. En: Revista Harvard DEUSTO Business Review. Octubre, 2001. No. 102, p. 74-85.

MAVILA, Daniel. Las Subastas. En: Revistas Industrial Data. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Diciembre, 2003. Vol. (6), No. 2, p. 79-81.

OGLIASTRI, Enrique. Como negocian los Colombianos. Bogotá D.C., 2001. Documento PDF.

ORELLANA Walter; FERNÁNDEZ Bernardo y FERNANDEZ Bladimir. Subasta electrónica interactiva y subasta a sobre cerrado: un análisis comparativo de los resultados en Bolivia, 2006. p. 311.

RINCÓN CÁRDENAS, Erik. La subasta electrónica. Fecha de edición Enero de 2008.

TAMAYO PLATA, Mery Patricia y POSADA MONTOYA Carlos Enrique. Análisis Económico de las subastas y algunas experiencias de su aplicación en

adjudicación de licencias de telefonía móvil. En: Revista Ecos de Economía.
Octubre, 2004. No. 19, p. 1-23

CIBERGRAFÍA

CELEDON, Nohora. El mercado da para mucho más de lo que se ve hoy: La Polar [En línea]. Vanguardia [Citado Septiembre 23 de 2012]. <<http://www.vanguardia.com/economia/local/175574-el-mercado-da-para-mucho-mas-de-lo-que-se-ve-hoy-la-polar>>. Fecha de consulta: 12 de Octubre de 2012.

Documento electrónico: Abastecimiento a través de subastas de compra en línea [En línea]. CECARM - Centro de negocios de la región de Murcia [Citado 27 de Julio de 2004]. Disponible en internet: <http://www.cecarm.com/servlet/s.SI?sit=c,731,m,2628&METHOD=DETALLECON_TENIDO&id=1566> Fecha de consulta: 30 de Octubre 2012.

MANOOCHEHRI, Gus; LINDSY, Christy. Reverse Auctions: Benefits, Challenges, and Best Practices. California Journal of Operations Management [online]. 2008, vol 6, no 1[cited February 2008], pp 123-130. Disponible en internet: <<http://www.csupom.org/domains/csuom/PUBLICATIONS/2008/08-17.pdf>> Fecha de consulta: 03 de Noviembre de 2012.

Tipos de subastas [En línea]. Preqsys [Citado Mayo 20 de 2012]. Disponible en internet: <<http://www.preqsys.net/blog/tipos-de-subastas.html>> Fecha de consulta: 25 de Mayo de 2012.

WHEATON, Glenn. Subastas Inversas – Cuándo utilizarlas [En línea]. Epiq [Citado 20 de Diciembre 2009]. Disponible en internet: <http://translate.google.com.co/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.epiqtech.com/reverse_auctions.htm> Fecha de consulta: 15 de Agosto de 2012

OTRAS BIBLIOGRAFÍAS:

Reina M, Zuleta L. El nuevo comercio minorista en Colombia. 2003. FEDESARROLLO.