

El futuro en los marketplaces

Por Simón Altkorn Monti

Los recientes desarrollos tecnológicos en la era de Internet han pasado, sucesivamente, del negocio de mejorar el canal comercial a los consumidores, hacia un esquema cada vez más sofisticado que nuclea a las empresas prestadoras de bienes y servicios. La era del B2C (business to consumer) va dejando lugar al B2B (business to business).

Foto: MPEL



tramos los economistas (y que generalmente presenta un alto nivel de correlación entre sus partes integrantes) es cuando se observan aumentos de la productividad por saltos tecnológicos, acompañados de procesos de baja general en las tasas de aumento de los precios. Fenómenos como éstos marcan etapas de mayor crecimiento en la generación de riqueza y ahondan los procesos de "destrucción creativa" como los descritos por Schumpeter. Expresado en términos más prácticos: aquéllos permiten visualizar más claramente las ineficiencias en los distintos sectores productivos.

Entre las principales ineficiencias (relativas y absolutas) relacionadas con el auge de las operaciones electrónicas resaltan los procesos de compra. Los mecanismos tradicionales de las empresas, de carácter esencialmente bilateral, no permiten conocer de manera inmediata (*on line-real time*) un espectro más amplio de potenciales oferentes. Asimismo, el proceso de formación de precios no tiende a optimizarse, por la falta de una interacción continua entre compradores y vendedores. No existe difusión de las transacciones y se observa la formación de múltiples precios, que no necesariamente responden a la segmentación por diferencias en riesgos crediticios.

Muchas de las cuestiones mencionadas han encontrado respuesta, para diversos bienes y servicios, a través de operaciones realizadas en *marketplaces*. Las más importantes empresas de los países desa-

rollados están rápida y progresivamente evolucionando hacia el mejoramiento en sus mecanismos de compra (*procurement process*), reduciendo costos y perfeccionando los tiempos de entrega.

Estas tendencias no son indoloras: la competitividad deja unidades económicas en el camino, y paradójicamente, pone en evidencia los problemas inherentes en marcos de bajas de precios y aumentos de la oferta.

Volviendo a nuestra segunda pregunta, relativa a las potenciales aplicaciones de la nueva tecnología, debemos señalar que muchos de los mecanismos requeridos en un proceso de formación abierta de precios tienen una estrecha relación con el funcionamiento propio de las bolsas, especialmente, de las que negocian productos a futuro.

Entre las principales funciones que sustentan esta idea se cuenta la necesidad, en un proceso casi totalmente electrónico y automático de compras, de establecer líneas de crédito de contrapartes, apertura de cuentas para la liquidación y compensación de las operaciones y el establecimiento de sistemas de control y manejo a tiempo real de los riesgos.

Esta enumeración de factores, en absoluto onnicomprensiva, ha encontrado una solución suficientemente satisfactoria a través de las prácticas operativas de las cámaras compensadoras de productos derivados, en las más importantes bolsas de futuros del mundo. El caso paradigmático lo constituye la industria de servicios financieros, quizás favorecida por la casi inexistencia de entrega física y por la estandarización del producto negociado (en

Existen varias razones fundamentales de peso, basadas en el aumento de la eficiencia y de la productividad, que explican la actual existencia de más de 600 sitios orientados exclusivamente al B2B, y de proyecciones, según Forrester Research, que sitúan la facturación mundial en valores cercanos a los 3 billones (3 millones de millones) de dólares anuales para el año 2004.

Ahora bien, este fenómeno de progresiva aplicación tecnológica, cambio en los patrones de compra, ampliación de los canales de venta y comunicación, ¿es un proceso que vino para quedarse? y, ¿cuáles pueden ser las próximas aplicaciones y sus desarrollos operativos?

Para contestar a la primera de las preguntas tenemos que tener en cuenta que una de las mejores ecuaciones que encon-

el caso límite, con bienes fungibles como el dinero).

Es muy probable, por lo tanto, que parte de estos sistemas operativos, perfeccionados a través de mecanismos electrónicos de transferencia de fondos, constituyan el modo de funcionamiento en los B2B. Aunque todavía siguen coexistiendo diversos métodos para relacionar a la demanda y a la oferta, a través de la subasta (*auktion*), con catálogos a precios fijos, y con listas (*bulletin boards*) que publican las ofertas de compra y de venta, el mecanismo puro de bolsa es el que mejor permite la formación continua de precios.

Una muestra adicional de estas tendencias se observa en industrias que presentan procesos de continuas liberalizaciones y desregulaciones, como es el caso de la energía. A las conocidas iniciativas de Francfort y Londres para armar sendos *marketplaces*, totalmente electrónicos, para negociar electricidad y gas, se suma la iniciativa de cuatro intermediarios financieros (Goldman Sachs, Morgan Stanley Dean Witter, Deutsche Bank y SG Investment Banking) junto con tres empresas petroleras (BP Amoco, TotalFinaElf y Royal Dutch Shell) para crear un *marketplace* extrabursátil (*over the counter*), con el proyecto de negociar petróleo, metales preciosos, y luego otras *commodities*.

Dentro de un tiempo, muy posiblemente se vayan disipando las barreras existentes entre lo que es un mercado (ya sea de productos financieros o de *commodities*) respecto de marcos donde se generan electrónicamente las compras y ventas entre empresas. El incentivo y la necesidad por lograr mayores y mejores niveles de eficiencia económica no dis-

tinguirá entre aquéllos, a la hora de establecer los mecanismos operativos para su funcionamiento. La ventaja de los procedimientos tradicionales de bolsas y cámaras compensadoras internacionales llevará a que sus prácticas se conviertan en el mecanismo de uso corriente en la nueva economía del *business to business* y el *e-commerce*.

Simón Altkorn Monti es economista (UBA) y master en Dirección de Empresas (Instituto de Altos Estudios Empresariales). Es vicepresidente por el

área financiera de la comisión de Derivados Financieros de Gas y Electricidad del IAPG y miembro del Consejo Consultivo del Argentine Derivatives Association. Es especialista en mercados de capitales y en administración de riesgos con productos derivados. Además de su actividad profesional, realiza tareas docentes: es profesor titular de las cátedras de Mercados de Capitales de las Maestrías del CEMA, IDEA y de la UB. Además es profesor visitante en las Maestrías del IAE y de la Universidad de la República, en el Uruguay.



ASOCIACION DE GENERADORES DE ENERGIA ELECTRICA
DE LA REPUBLICA ARGENTINA

- El conjunto más relevante de empresas internacionales de energía eléctrica de primer nivel operando fuera de su mercado de origen.
- La mayor tasa conocida de renovación de equipamiento de última tecnología, en condiciones de libre acceso y fuerte competencia.
- Acceso de los clientes a un precio mayorista inferior al vigente en cualquier otro mercado.
- El cambio tecnológico que asegura la reducción de la contaminación ambiental en términos absolutos.

Av. Callao 1604 4° (1024) Buenos Aires, Argentina. Telefax: (011) 4807-3310 E-mail: ageera@elsitio.net