

# Adaptación del precio al rastro digital del usuario mediante IA

Mecánica seguida por los sistemas de IA de pricing y riesgos jurídicos



En este documento se analizan los riesgos jurídicos derivados del uso de sistemas de IA para aplicar una estrategia de pricing dinámico adaptado al rastro digital del usuario y a su comportamiento del usuario en las redes sociales.

## **Pricing dinámico personalizado**

El pricing dinámico personalizado es una estrategia de fijación de precios en la que el importe ofrecido a un usuario no depende únicamente del producto o del contexto de mercado, sino que se ajusta individualmente en función de inferencias sobre su disposición a pagar, obtenidas a partir de su comportamiento digital y, en ocasiones, de datos procedentes de terceros.

## **Características**

La clave de esta estrategia no es únicamente la variabilidad del precio, sino también las siguientes características:

1. El criterio para calcular el precio es el comportamiento del usuario.
2. Se realiza una inferencia de la necesidad y la urgencia del usuario para la compra, así como de la predisposición a pagar un precio alto.
3. El objetivo es conseguir el precio más alto y la máxima rentabilidad posible en cada usuario y en cada transacción.
4. La asimetría informativa juega a favor de la empresa que ofrece su producto o servicio al máximo precio posible en función del rastro digital del usuario.

## **Datos recogidos en la web propia**

Entre los datos disponibles en la web propia de la empresa utilizados para el cálculo del precio destacan los siguientes:

1. Localización geográfica del usuario a través de la dirección IP.
2. Tipo de dispositivo.
3. Número de búsquedas repetidas.
4. Número de visitas a la misma oferta.
5. Franja horaria de acceso.
6. Tiempo de permanencia.
7. Carritos abandonados.
8. Riesgo de abandono del proceso de compra.
9. Historial de compras.
10. Sensibilidad histórica a descuentos.
11. Inferencia del poder adquisitivo del usuario.

A esta información se añaden los datos derivados del comportamiento que permiten inferir la necesidad y la urgencia del usuario para la compra, así como de su predisposición a pagar un precio alto

## **Datos recogidos en las redes sociales**

Entre los datos recogidos en las redes sociales y utilizados para el cálculo del precio destacan los siguientes:

1. Comentarios o publicaciones que expresan la necesidad inmediata de contratar un producto o servicio.
2. Comentarios que reflejan una urgencia temporal.
3. Solicitudes de recomendaciones o comparaciones de productos.
4. Fotos y vídeos relacionados con el producto o servicio.
5. Publicaciones que muestran la proximidad de un hito personal como el nacimiento de un hijo, una boda, un viaje, etc.
6. Contenido que evidencia problemas personales o profesionales.
7. Sucesos relacionados con la familia o los amigos.
8. Proximidad de cumpleaños propio o de familiares y amigos.
9. Conflictos personales o profesionales.
10. Interacciones con perfiles y marcas de competidores.
11. Seguimiento de influencers vinculados al sector del producto.
12. Participación en comunidades temáticas relacionadas con el producto.
13. Modelos de comportamiento, rutinas y hábitos.

## **Inferencias avanzadas**

Las inferencias avanzadas más destacadas son las siguientes:

1. Inferencia de disposición a pagar un precio determinado.
2. Inferencia de elasticidad y adaptabilidad individual al precio.
3. Inferencia de vulnerabilidad emocional o económica.
4. Inferencia de cautividad o ausencia de alternativas.
5. Inferencia de presión social para consumir.
6. Inferencia de probabilidad de compra inmediata.

# Malas prácticas e incumplimientos

Las malas prácticas más destacadas son las siguientes:

1. Basar el precio en la vulnerabilidad del usuario.
2. Realizar un perfilado opaco.
3. Utilizar datos sensibles en el cálculo del precio.
4. Impedir al usuario entender o impugnar la lógica.
5. Simular urgencia o escasez cuando no existe realmente.
6. Explotar situaciones de necesidad inmediata, como una enfermedad, una situación de duelo, emergencia, plazo legal perentorio, etc.
7. Aplicar precios distintos a usuarios equivalentes sin justificación objetiva o verificable.
8. Cruzar datos de distintas fuentes sin una base jurídica válida.
9. Utilizar scraping o sistemas de captura de datos no permitidos.
10. Adoptar decisiones automatizadas sin cumplir los requisitos jurídicos.
11. Impedir la comparación real de precios, personalizando también la información mostrada.
12. Aplicar técnicas de dark patterns para forzar la decisión de compra.
13. Modificar el precio durante el proceso de compra sin causa objetiva ni aviso previo.
14. Segmentar con proxies discriminatorios.
15. Reutilizar datos recogidos para otra finalidad.
16. Ocultar que el precio es personalizado o presentarlo como estándar.
17. No documentar el modelo de pricing ni sus criterios, impidiendo una auditoría interna o externa.
18. No realizar una evaluación de impacto.



# Ejemplos sectoriales

A continuación, se describen algunos ejemplos sectoriales.

**ribas**

# Sector viajes

Ejemplos de uso de la estrategia de pricing dinámico personalizado con IA.

Señales de necesidad
<div><div>1. Búsquedas repetidas del mismo trayecto.</div><div>2. Fechas inmediatas para el viaje.</div><div>3. IP desde aeropuerto o estación.</div><div>4. Dispositivo de empresa.</div><div>5. Consulta nocturna.</div></div>
Técnica de cálculo del precio
<div><div>1. Subida progresiva por sesión.</div><div>2. Advertencia falsa de escasez de plazas.</div><div>3. Diferenciación por dispositivo.</div></div>
Riesgos jurídicos
<div><div>1. Práctica comercial engañosa.</div><div>2. Incumplimiento del RGPD.</div><div>3. Incumplimiento del Reglamento de IA.</div></div>

# Sector seguros

Ejemplos de uso de la estrategia de pricing dinámico personalizado con IA.

Señales de necesidad
<div>1. Código postal asociado a zona de mayor riesgo.</div> <div>2. Comparación reiterada de seguros.</div> <div>3. Datos familiares.</div> <div>4. Formulario médico con cambios en relación con versiones anteriores.</div>
Técnica de cálculo del precio
<div>1. Prima personalizada.</div> <div>2. Recargos por inferencia de datos obtenidos en redes sociales.</div>
Riesgos jurídicos
<div>1. Discriminación prohibida.</div> <div>2. Decisiones automatizadas.</div> <div>3. Deber de explicar la lógica esencial del cálculo.</div>

# Sector financiero

Ejemplos de uso de la estrategia de pricing dinámico personalizado con IA.

Señales de necesidad
<div>1. Búsquedas, consultas o comentarios sobre situaciones de deuda.</div> <div>2. Indicadores de nivel adquisitivo.</div> <div>3. Indicadores de urgencia.</div>
Técnica de cálculo del precio
<div>1. Tasas de interés adaptadas al estado de necesidad o urgencia.</div> <div>2. Comisiones dinámicas.</div>
Riesgos jurídicos
<div>1. Usura.</div> <div>2. Incumplimiento de obligaciones de transparencia bancaria.</div> <div>3. Explotación de vulnerabilidad económica.</div> <div>4. Incumplimiento del Reglamento de IA.</div>

# Sector telecomunicaciones

Ejemplos de uso de la estrategia de pricing dinámico personalizado con IA.

Señales
<div><div>1. Intento de baja.</div><div>2. Quejas previas.</div><div>3. Consumo elevado.</div></div>
Técnica de cálculo del precio
<div><div>1. Condiciones personalizadas.</div><div>2. Penalizaciones variables.</div></div>
Riesgos jurídicos
<div><div>1. Falta de transparencia.</div><div>2. Cláusulas abusivas.</div><div>3. Prácticas desleales.</div><div>4. Prácticas discriminatorias.</div></div>

## **Riesgos jurídicos**

Los riesgos jurídicos más destacados son las siguientes:

1. Infracción del RGPD.
2. Prácticas comerciales desleales.
3. Discriminación directa o indirecta.
4. Incumplimiento del Reglamento de IA.
5. Incumplimiento de la normativa de consumo.

## **Formación obligatoria en materia de IA**

Si deseas más información sobre el curso de gestión de riesgos jurídicos del uso de sistemas de IA en la empresa, o si eres usuario de un sistema de IA, puedes visitar la página del curso en nuestro campus:

<https://www.campus-ribas.com/p/ia-formacion-obligatoria>

# Datos de contacto

Nombre del despacho	Ribas
Domicilio	Diagonal 640 1C - 08017 Barcelona
Persona de contacto	Xavier Ribas
Correo electrónico	<a href="mailto:xavier.ribas@ribastic.com">xavier.ribas@ribastic.com</a>
Teléfono fijo	934940748
Teléfono móvil	639108413
LinkedIn	<a href="https://www.linkedin.com/in/javierribas/">https://www.linkedin.com/in/javierribas/</a>
Web	<a href="http://ribas.legal">http://ribas.legal</a>
Blog	<a href="http://xribas.com">http://xribas.com</a>