

**EXPERIÈNCIES PAGA EL
QUE VULGUIS:
FACTORS CLAU EN LA
DECISIÓ DE PAGAMENT**

RESUM EXECUTIU

Alex Valero Clemente (NIU: 1492972)
Treball de Fi de Grau
Tutor: Jordi Tena
Grau de Sociologia
Facultat de Ciències Polítiques i de
Sociologia
Universitat Autònoma de Barcelona

Introducció

El Paga el que vulguis o 'Pay What You Want' (PWYW) és una estratègia de vendes que consisteix en la no fixació del preu per part del venedor per a un producte o servei concret. Són els clients que consumeixen aquest producte o servei els que decideixen el preu a pagar.

Les experiències PWYW desafien la teoria de l'elecció racional ja que els consumidors d'un producte decideixen pagar per un bé que podrien adquirir de forma gratuïta. En algunes ocasions els consumidors arriben a pagar un preu superior al valor del producte

Objectiu

L'objectiu principal d'aquest treball és observar quins factors provoquen que els consumidors es decantin per triar un preu o un altre.

Marc teòric: el preu de referència (RP)¹

La investigació conté un marc teòric on es recullen les principals aportacions teòriques sobre experiències del tipus 'Paga el que vulguis'. Un dels conceptes més importants per a la investigació i la més rellevant per a l'objecte d'estudi és el del preu de referència (RP) i en diferenciem dos tipus:

RP intern: es troben a la memòria del consumidor, Són la referència de preus pagats per un producte en el passat, el preu de mercat percebut o esperat, el preu en relació a un altre producte similar, etc.

RP extern: preu anunciat normalment en la situació de la compra, és imposat pel venedor amb l'objectiu d'influenciar al consumidor i proporcionar-li un preu de referència que augmenti el valor percebut del producte

Metodologia

La metodologia emprada en aquest treball consisteix en el plantejament d'una situació PWYW hipotètica a través de dues enquestes idèntiques excepte en les variables que es volen controlar. El qüestionari presentava una situació on els enquestats havien de decidir quin preu pagar per un servei integral de cotxes en profunditat. En una de les enquestes s'indicava un preu de referència extern de 100 euros mentre que en l'altre no se n'indicava cap.

Hipòtesi

La hipòtesi principal de la investigació és que el preu de referència extern proporcionat té un impacte en el preu pagat pels compradors.

Resultats

Els resultats obtinguts a través dels dos tractaments deixen dades molt rellevants. En l'enquesta on a l'enunciat es suggereix un preu pel valor del servei els enquestats van decidir pagar preus molt superiors que en l'altra enquesta on la situació era exactament idèntica però sense cap referència de preu suggerit. La mitjana de la quantitat pagada en el tractament amb un preu de referència extern indicat a l'enunciat és de 76,77€, mentre que a la que no se n'indica cap la mitjana de preu pagat és de 20,56€

Conclusions

Les conclusions extretes d'aquesta investigació es poden resumir en la importància de determinats factors en les situacions PWYW. Concretament amb els resultats d'aquest treball es pot observar com establir un preu de referència extern en el disseny de situacions Pay what you want, té una incidència directa en el preu pagat pels consumidors i que per tant, el RP extern esdevé un factor clau a tenir en compte per part dels venedors en les experiències Paga el que vulguis.

¹ GERPOTT, T. J. (2016). A review of the empirical literature on pay-what-you-want price setting. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 11(4), 566-596.