DIALOGUEMOS
La academia en la comunidad



Wilson Araque | Universidad Andina Simón Bolívar | jueves, diciembre 21, 2023

En definitiva, hay que estar alertas para evitar sorpresas amargas e irreversibles que puedan complicar la tranquilidad financiera personal y familiar del año que está por iniciar

Tiempo de lectura: 5 minutos

Cuando hay promociones, en donde aparece la palabra gratis, es importante no dejarse atraer a la primera; se recomienda, como medidas preventivas, hacer cálculos matemáticos previos para saber sí, efectivamente, lo que están ofreciendo -en términos de la relación precio, cantidad y calidad- es conveniente para el bolsillo personal y familiar. A la par, también, hay que realizar una indagación prolija de precios de otros oferentes y, por supuesto, la información histórica de los precios de lo que, bondadosamente, aparece como gratis. Con estas medidas, evitará que le sorprendan con un escenario de bondad que, en muchos casos, realmente, está disfrazado de maldad sustentada en propuestas tramposas basadas, lamentablemente, en la creatividad al servicio del mal.

Y, claro, en épocas decembrinas está actitud preventiva debe ser activada de forma urgente para evitar malas experiencias que, al final, por la falta de prevención pasarán una factura bastante costosa al bolsillo personal y familiar que, generalmente, por su fragilidad, al final del mes -en la mayoría de casos-, tiende a mostrar un balance negativo en donde los gastos -potenciados por las malas decisiones- tienden a sobrepasar a los ingresos disponibles.

Como parte de las prácticas comerciales y financieras que potencian el efecto de querer comprar más porque, simplemente, se percibe que, en lo que le venden, le están regalando algo se encuentran, por ejemplo, las denominadas cuotitas para facilitar los pagos que, cuando se las desglosa -haciendo cálculos matemáticos básicos que relacionan precio, cantidad y calidad-, se encuentran sorpresas de sobrecostos porque, por sentido común, el aparente alargue regalado de tiempo para facilitar el pago, alguien debe pagar y, ese alguien, es el comprador quien deberá asumir ese costo financiero que está incorporado pero que no se lo exhibe de forma transparente y,

más bien, aparece como un supuesto beneficio financiero sin costo.

En las promociones de 2×1, 3×2, 4×5, 3×5, etc. también hay que ser minuciosos, ya que, el aparente regalo de “más de lo comprado”, no siempre es como suena a primera vista. Hay que estar atentos con las fechas próximas de caducidad, debido a que, una muy cercana, hará que la cantidad mayor de producto adquirido se pierda porque el producto ya no servirá. También, la cantidad real que tiene el producto hay que verificar, pues, hábilmente hacen ver más productos en número de unidades pero, en contenido, resulta que es menos y, claro, por la promoción con enfoque tramposo eso, lamentablemente, no se transparenta. De ahí, la importancia que las instituciones estatales de control deberían, con los instrumentos legales que poseen, sancionar con dureza estos engaños para salvaguardar la economía de las familias.

Con respecto a los denominados “períodos de gracia”, estos también pueden estar contaminados de sorpresas negativas; en donde, ese mayor plazo, no es gratis, nuevamente, quien, en última instancia lo paga, es el propio consumidor con costos camuflados bajo diferentes modalidades que no se exhiben de forma detallada y abierta. Y, con estos períodos de gracia, el otro problema que se activa es que, en meses posteriores, por el aparente alivio de pagos en los primeros meses del año se terminan acumulando y, con ello, complicando en los meses futuros la liquidez de las cuentas personales y familiares. Es una especie de patear la pelota de los pagos acumulados hacia adelante y, ahí, ver cómo resolver el endeudamiento contraído en medio de sustos y apuros que carcomen la tranquilidad emocional de las personas.

Y, por supuesto, donde también están las trampas para generar los aparentes regalos oscuros, es en los tradicionales descuentos que, por cualquier festividad que se les ocurre, tienden a activarse. Incluso hay que casos que, ya genera sospecha de la realidad de los descuentos, cuando cada semana hay días de las supuestas promociones que, pensando con cabeza fría, esos precios con descuento son los reales pero, claro, hábilmente generan en el consumidor el estímulo para comprar atraídos por el beneficio de un precio cuando, en realidad, es un aparente regalo de dinero producto de, muchas veces, ejercicios de publicidad engañosa.

En las promociones con descuentos, hay que estar alertas con el aparecimiento de palabras mágicas tramposas que, por ejemplo, con el mensaje “hasta el x% -que generalmente es el porcentaje mayor” buscan atraer a los compradores que, cuando llegan al punto de venta físico o digital, le dicen que ese aparente gran beneficio -el del porcentaje del “hasta”- es solo para esa pequeña mercadería que, al verla, es la que está con desperfectos o, simplemente, porque por años no se ha podido vender y, por supuesto, los descuentos que predominan están en los valores más bajos que, además, producto de la malicia de determinados comerciantes, la noche anterior -para activarlos-, se dieron el trabajo, ahí sí, minucioso de modificar los precios al alza y, sobre ese mayor valor, aplican el descuento que, si no hacían ese modificación, realmente el comprador se hubiese beneficiado de pagar mucho menos.

En este mismo tema de los descuentos, llama la atención que, antes de llegar al precio descontado, en determinados casos -cuando son ventas en donde se convoca la presencia de los potenciales compradores por medios masivos– se observan unos precios que no será raro que, a propósito, los elevaron más de lo real para, así, incentivar al comprador a que, al ver un precio a pagar descontado bastante bajo, no dude y saque el dinero físico o digital en efectivo o a crédito para adquirir algo que, aparentemente, está súper barato. Para combatir este escenario, el camino recomendable es estar informado con información histórica del mismo oferente y, por supuesto, con la de los otros negocios que ofrecen algo parecido.

Dentro de este ejercicio de resaltar las precauciones que se deben tomar cuando aparece, de forma directa o camuflada, la palabra gratis hay que, también, prender las alarmas de la prevención, cuando, muchas veces, se comunican a las personas para felicitarles por el buen manejo de productos financieros y, con ese pretexto, expresarles que se les va a entregar premios; cuando, en realidad -más que premiar con regalos-, en determinados casos, buscan es llamar, con información

que debería ser la real, a potenciales compradores de algún otro producto que tienen en mente vender. Ante estas situaciones, como dirían las abuelas, hay que estar alertas porque “no hay almuerzo gratis”.

De ahí -incluso con influencers que, lamentablemente, en determinados casos, se prestan para la trampa-, muchos negocios lo que promocionan como “lo más barato”, con “regalos”, con “descuentos” y “facilidades de pago”, no siempre es beneficioso a las finanzas personales; más bien terminan, esa prácticas malignas, incentivando a las personas a que compren cosas que no necesitan y, al unísono, llevándoles a situaciones de endeudamiento peligroso ya que, por esos incentivos oscuros -inclusive en diciembre, en donde los empleados en relación de dependencia acceden a la décima tercera remuneración y en promedio duplican su sueldo-, terminan gastando, de forma irracional y poco inteligente, más allá del límite que impone el ingreso recibido.

Finalmente, todo esto que se acaba de analizar -en medio de resaltar posibles malas prácticas y recomendar antídotos para combatirlas- no significa que hay que rechazar a todas las promociones comerciales. Pues, en determinados casos sí puede ser beneficioso, pero, para llegar a esa conclusión, el principal antídoto es la búsqueda previa de información para, así, tomar bien la decisión. En definitiva, hay que estar alertas para evitar sorpresas amargas e irreversibles que puedan complicar la tranquilidad financiera personal y familiar del año que está por iniciar.

¡Esta actitud de prevención financiera debe ser continua, no solo en diciembre!