

Las tres 'i' para tener un consumo inteligente

Mercado La recomendación principal que se debe tener en cuenta para una compra adecuada es la información

ECO.WILSON ARAOUE (O)
Especial para Revista LÍDERES

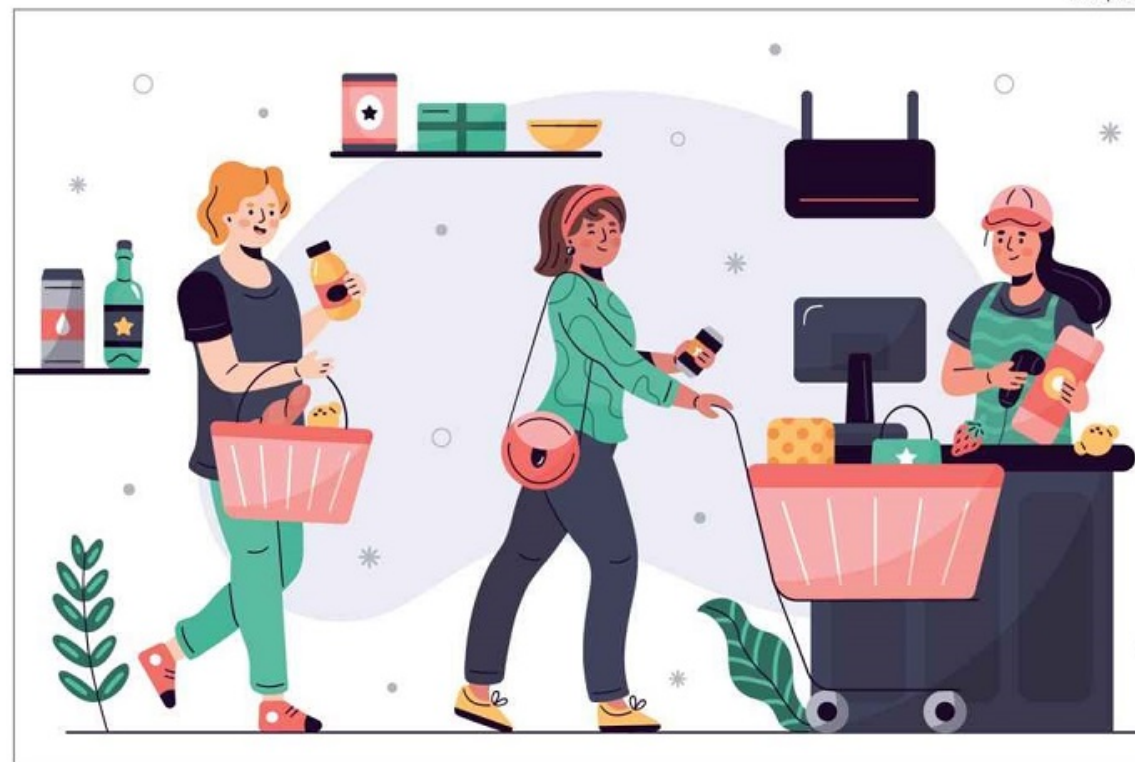
En finanzas personales y familiares continuamente se habla del comprador inteligente -como una buena práctica a ser replicada- quien, como característica principal, es reconocido como una persona que siempre, antes de decidir la compra de un bien y/o servicio, invierte su tiempo buscando datos convertidos en información. Esto le ayudará a seleccionar la alternativa de decisión que mejor resultado genere al estado de su economía familiar.

Para caracterizar al perfil del comprador inteligente, de forma más específica, se va a usar la metáfora de las '3i', donde la primera 'i', es la información con la cualidad específica que su acceso debe ser 'oportuno'. Es decir, esta debe llegar a manos del comprador en el momento preciso en que se la requiere; por ejemplo, muchas veces se puede perder un buen descuento porque la persona se

enteró ya tarde de la promoción comercial realizada. También, se puede perder -cuando la información no llega a tiempo- la posibilidad de comprar a un buen precio un bien -casa o departamento- o un negocio que está en marcha.

La otra 'i', metafóricamente, vuelve a ser la misma información, con el elemento adjetivador específico que debe ser veraz. Es decir, que provenga de personas y sitios -ahora de Internet- confiables y, así, evitar sorpresas negativas que, con la pandemia global actual, se han activado en mayor grado cuando personas inescrupulosas ofrecen -con fines de estafados ofertas atractivas. La una basada en el ofrecimiento de altas tasas de interés para personas que tienen ahorros. La otra, soportada en la presentación de acceso fácil a supuestos créditos, sin trámites y con bajas tasas de interés.

Y la tercera 'i', como ya se debe esperar, también es información con la cualidad que debe ser continua, logrando, así que las dos cualidades anteriores -oportunidad y



veracidad- se activen fácilmente gracias a que el comprador inteligente convierte a la búsqueda permanente de información en un hábito para la buena gestión del presupuesto personal y familiar, sustentado en decisiones objetivas. En este punto, como una recomendación efectiva, es importante que, cuando se trata de la compra de productos de consumo repetitivo -alimentos, servicios tecnológicos y/o de recreación-, las personas hagan un registro por escrito -en papel o en algún dispositivo electrónico- sobre el comportamiento, por ejemplo, de la evolución de precios. Esta práctica será muy útil para cuando se busque comparar y decidir la elección de determi-

nadas promociones comerciales basadas en descuentos, regalos y/o facilidades de financiamiento que buscan atraer la atención de los potenciales compradores.

Finalmente, con la metáfora de la '3i' -como aclaración a resaltarlo que se buscó es reconocer y concienciar sobre la importancia de la "información, información, información". Esto, como un insumo clave que debe estar en todo proceso de decisión, ya que el peor error y que muchos lo cometen -en el espacio de la administración financiera- es tomar decisiones a ciegas sin las suficientes directrices que, normalmente, tiende a generar la preocupación por el acceso a información oportuna, veraz y continua.

NO OLVIDE

Información oportuna. Esta debe llegar a manos del comprador en el momento preciso en que se la requiere; por ejemplo, se puede perder un buen descuento porque la persona se enteró ya tarde de la promoción comercial realizada.

Información confiable. Se trata de acceder a información que provenga de personas confiables y de páginas de Internet seguras. De esta manera se evitarán sorpresas negativas que, con la pandemia global actual, se han activado en mayor grado en el mercado.