



CÓMO IR DE REBAJAS SIN CAER EN LA COMPULSIÓN

Aprenda a detectar los riesgos de las compras compensatorias que disfrazan una situación de tristeza y frustración. Son la antesala de la adicción al 'shopping'

POR ISABEL SERRANO ROSA

PSICO



Confieso que no soy una loca de las rebajas, la imagen que aparece ante mí cuando pienso en ellas es la de una multitud de personas abalanzándose sobre cajones de ropa amontonada cuando se abren las puertas del centro comercial de turno. Me pregunto: ¿qué puede hacer que esas personas se comporten como hordas humanas, borboteando en su cerebro

hormonas activadoras como el cortisol y la adrenalina, para obtener esa camisa o ese pantalón muchísimo más baratos, como contaba orgullosa una de las señoras en televisión? ¿Se activan los genes de nuestros ancestros cazadores ante el cartel grandes descuentos?

Una explicación alternativa la podrían proporcionar los manuales diagnósticos cuando tipifican a

compradores compulsivos embriagados de consumismo que sirve de tapadera a sus estados depresivos, ansiedad o falta de autoestima. Otra idea es que son compradores incautos víctimas de una sociedad consumista, expuestos a timos y tomaduras de pelo como advierten las asociaciones de consumidores. Todas estas personas encantadas con los descuentos no parecen descendientes de Atila, enfermos mentales o bobalicones consumistas. «¡Me voy de rebajas!» es para muchos un momento social, lúdico e inteligente. ¿Qué les motiva?

Para aclarar mis dudas me voy de rebajas con alguien que sabe comprar con descuento, más aún, que afirma comprar sólo en época de rebajas «por principio». Se llama Vicente, tiene 40 años, es abogado y su familia le llama bromeando el *señor sólo al 70%*. Su principio es el siguiente: conseguir con su presupuesto limitado alcanzar el mayor número posible de sus objetivos de compra sabiendo que hay múltiples posibilidades.

«¿Por qué pagar cien si se puede pagar lo mínimo?». Su actitud recuerda más a un deportista buscando un nuevo récord que a la de un comprador compulsivo presa de sus vaivenes emocionales. Todo está bastante pensado y su presupuesto cerrado. Suele comprar marcas que sólo se puede permitir si están en rebajas. Su sensación de satisfacción al

Enganchados a la satisfacción de comprar, se empieza una carrera por poseer objetos de manera impulsiva, lo que produce gran excitación emocional

haber conseguido un vestido de diseño italiano al 70% de descuento es enorme. Sobre todo porque es algo que sabe que sí se va a poner su mujer y encima le va a encantar. Mientras rebusca entre las marcas parece disfrutar pero también calcular.

Para él hacer un buen uso de su dinero supone autoestima porque indica que valora su esfuerzo para conseguirlo no comprando a tontas y a locas y además se siente poderoso, un tipo listo y ahorrador que sabe comprar de forma inteligente. «Soy mi propio rey mago», afirma. Contrariamente a la imagen caricaturizada del comprador de rebajas pegándose

con otro por el último chollo, Vicente no compite con nadie, sólo consigo mismo para obtener mayor satisfacción personal.

Las rebajas sirven para dar salida a artículos que no se han vendido esa temporada. Esta necesidad comercial se une al

gusto humano por estrenar cosas al mejor precio. Pasar del «es carísimo» al «qué barato» es suficiente motivación para muchos, además cuando encontramos una buena oferta no gusta contárselo –o restregárselo– a los demás. Vicente me avisa de un riesgo, creer que

compras algo nuevo y darte cuenta de que tienes ya muchas cosas de lo mismo, lo que era una maravilla en la tienda se convierte en algo del montón al llegar a casa. Otro riesgo es comprar cosas que no valen para nada.

LOCOS POR LAS REBAJAS

Es cierto que he pasado una tarde muy entretenida de acá para allá y he aprendido de Vicente, he comprado cuatro artículos necesarios que tenía en mi lista de deseos, no he superado mi presupuesto, he adquirido un bolso de marca a precio de chollo, he aprendido a mirar el euro pero también la calidad y he comprado en buena compañía. Me sigue disgustando probarme ropa después de las comilonas navideñas y navegar entre la multitud pero me gusta lo que he comprado, me siento satisfecha y ahora sé cómo usar las rebajas para que ellas no me usen a mí.

Al menos el 50% de las personas admite haber comprado compulsivamente más de una vez. Enganchados a la satisfacción de comprar, se empieza una carrera por poseer objetos de manera impulsiva, lo que produce una gran excitación emocional. Esta conducta se denomina oniomanía, son compras compensatorias que disfrazan una situación de tristeza y frustración y son la antesala de la adicción a las compras que padece entre el 3% y 7% de la población. Estas personas sufren una situación de angustia y vacío que amortiguan comprando pero luego se sienten culpables y a veces devuelven lo comprado. Pueden endeudarse porque gastan lo que no tienen y compran todos los días. Las compras por internet favorecen esta patología. Tanto los hombres como las mujeres están expuestos por igual a estas disfunciones si bien suelen comprar artículos diferentes. Son los jóvenes y las personas inmaduras los que tienen más riesgo de padecerlas. En estos casos es necesario el apoyo de un profesional.

Isabel Serrano Rosa es psicóloga y directora de www.enpositivosi.com