

EL PODCAST DE UNLIMITED SPANISH

USP 127: Los trucos de los supermercados.

¿Por qué siempre cambian de sitio los pasteles? Ahora tengo que caminar más, me entra más hambre y aún compro más pasteles.

¡Hola a todos! Soy Òscar, fundador de unlimitedspanish.com. Quiero ayudarte a **hablar** español fluidamente. ¡Hablar español es más fácil de lo que parece! Solo tienes que usar el material y técnicas adecuadas.

Hoy, en este episodio...

- Hablo de los trucos psicológicos que muchos supermercados siguen para conseguir vender más productos. Algunos son realmente curiosos.
- A continuación, una exclusiva mini-historia donde conoceremos a Esteban, un chico que va a un supermercado a comprar solo agua, y vuelve con algo más.

Recuerda que puedes conseguir el texto de este episodio en www.unlimitedspanish.com

Perfecto. Sobre los supermercados...después de salir de uno, ¿te has preguntado alguna vez por qué has gastado más dinero del que previamente tenías previsto?

Yo sí :) Si te pasa, quizás pienses que no sabes gestionar el dinero, que eres un malgastador o simplemente que no tienes suficiente disciplina, pero no te preocupes, porque los supermercados siguen toda una serie de estrategias de marketing muy potentes que inducen a comprar muchas cosas que estrictamente no necesitas. Por tanto, no te sientas muy culpable :)

Por cierto, un malgastador es alguien que gasta el dinero de forma innecesaria. Y otra expresión interesante: “gastar más de la cuenta”, que quiere decir gastar más de lo previsto o necesario. La cuenta sería el total previsto. Si gastas más de la cuenta, gastas más de lo querías gastar.

Estas estrategias de los supermercados podemos llamarlas simplemente trucos. Un truco en inglés es “trick”. La verdad es que los supermercados tienen más trucos que un mago (magician en inglés).

Vamos a ver unos cuantos, así también aprendemos un poco de vocabulario sobre el tema.

El tamaño del carrito importa.

El carrito o carro de la compra (shopping cart en inglés), es el elemento que empujamos para añadir los productos que queremos comprar. Estos carritos, con el tiempo, han ido aumentando de tamaño.

La lógica es simple. Psicológicamente nos sentimos más satisfechos si podemos llenar el carro y por tanto, con un carro un poco más grande, tendemos a poner más productos dentro.

Los productos que más se quieren vender, a la altura de los ojos.

Por naturaleza somos perezosos (lazy en inglés), y por tanto, todos los productos que sean visualmente más fáciles de ver, pero sobretodo más fáciles de acceder, también son más fáciles de vender.

Los precios con decimales.

Este es otro truco clásico de los vendedores. Por alguna razón, 9.99 dólares parece mucho, mucho más barato (cheap en inglés)

que 10 dólares. ¡Nos ahorramos 0.01 céntimos! ¡Uau! Si hacemos esto 100 millones de veces, ahorraremos un millón de dólares :)

Los productos que más necesitamos, al fondo

Es un truco muy lógico, que hasta quien no piensa demasiado en ello lo encuentra evidente. Los supermercados ponen los productos más necesarios al final del local para que veas el máximo de productos posible mientras caminas.

Cambio de sitio de productos.

De vez en cuando, los supermercados cambian de sitio ciertos productos. Odio cuando hacen eso. La razón es la misma que el punto anterior. Quieren evitar que conozcas demasiado bien donde se encuentra todo. Así, una vez más, tienes que caminar más y por tanto la tentación de comprar un artículo extra es más grande.

Tener en cuenta el recorrido típico.

Lo supermercados tienen mucho en cuenta el recorrido típico de los clientes. Es decir, cuando entramos en el supermercado, la mayoría de nosotros vamos hacia la derecha, hasta el fondo, y luego volvemos por la izquierda. Los supermercados tienen en cuenta esto para ubicar los diferentes productos.

Productos en las cajas

Una vez has llenado el carrito de la compra, tienes que esperar en la cola de la caja (cola en inglés es line). Cuando esperas, justo a tu lado, tienes varios productos que son baratos, y que posiblemente necesites. Por ejemplo, los chicles (chewing gum en inglés). La tentación de añadir un producto más al carrito es grande.

Muchas veces los supermercados solo tienen unas pocas cajas abiertas. Cuando hablo de cajas, me refiero a cash register, en inglés. El primer motivo de tener pocas cajas abiertas es obvio: es para ahorrar dinero (to save money en inglés). El segundo motivo es hacer esperar un poco a los clientes para que compren los productos expuestos al lado de la caja. Este truco es peligroso, porque si el cliente tiene que esperar demasiado, puede no volver al supermercado. Por tanto, se busca generar solo una espera pequeña.

La música también influye.

Aquí hay diversidad de estrategias. Algunos supermercados usan música con ritmo rápido para estimular la compra menos reflexiva y animar a comprar más rápido.

Por otra parte, en otros supermercados se utiliza una música más relajada, más tranquila que hace que el cliente esté más

tiempo, y por tanto, tiene más posibilidades de que acabe comprando.

Como ves, los mercados implementan muchos trucos, pero nosotros también podemos tener los nuestros. Por ejemplo:

- Tener una lista preparada de lo que necesitamos realmente.
- Ir al supermercado después de comer. Si vamos con hambre, seguro que compramos de más.
- Pagar con dinero en efectivo (cash en inglés). Así el control del gasto es mayor.
- Comprar por internet. Así seguro que compramos más inteligentemente.

PREGUNTAS Y RESPUESTAS (mejora tu fluidez)

Muy bien. Ahora vamos a practicar la fluidez con un pequeño ejercicio de preguntas y respuestas.

Las preguntas y respuestas son como un simulador de conversación, porque estás contestando continuamente preguntas simples que te hacen pensar cada vez más en español.

La idea es contestar rápidamente sin traducir mentalmente. Es por eso que algunas de las preguntas parecen bastante fáciles.

Te aseguro que esta técnica es la que te puede ayudar más con tu fluidez.

Perfecto. ¡Vamos a ello!

- Esteban fue al supermercado a comprar una botella de agua porque estaba sediento.

¿Fue Óscar al supermercado?

No. Óscar no fue al supermercado. Fue Esteban.

¿Quién fue al supermercado a comprar una botella de agua?

Esteban. Esteban fue al supermercado a comprar una botella de agua.

¿Fue Esteban al supermercado porque estaba hambriento?

No. No fue allí porque estaba hambriento, sino sediento. Tenía sed.

¿Tenía Esteban sed?

Sí. Tenía sed. Estaba sediento.

- Esteban recorrió el supermercado por la derecha, por el fondo y volvió por la izquierda.

¿Recorrió Esteban el supermercado primero por la derecha?

Sí. Esteban recorrió el supermercado primero por la derecha.

¿Lo recorrió primero por la izquierda?

No. No por la izquierda. Primero lo recorrió por la derecha, después por el fondo y volvió por la izquierda.

¿Por dónde volvió Esteban? ¿Por la derecha, por el fondo o por la izquierda?

Por la izquierda. Volvió por la izquierda.

- Ya que estaba allí, aprovechó para comprar cosas que necesitaba.

¿Quién aprovechó para comprar cosas que necesitaba?

Esteban. Esteban aprovechó para comprar cosas que necesitaba.

¿Qué aprovechó Esteban?

Aprovechó para comprar cosas que necesitaba.

¿Aprovechó para comprar cosas innecesarias?

No. Solamente necesarias. Cosas que él necesitaba.

- Esteban acabó llenando todo el carro de la compra con ofertas irresistibles.

¿Acabó Esteban llenando el carro de la compra?

Sí. Esteban acabó llenando el carro de la compra.

¿Con qué llenó Esteban el carro de la compra? ¿Con ofertas irresistibles o precios normales?

Con ofertas irresistibles. Lo acabó llenando con ofertas irresistibles.

¿Se podía resistir Esteban?

No, no se podía resistir, porque las ofertas eran irresistibles.

- En la cola, Esteban llenó otro carro con más productos con buen precio.

¿Llenó Esteban un segundo carro?

Sí. Esteban llenó otro carro. Un segundo carro.

¿Qué llenó Esteban?

Otro carro. Llenó otro carro con más productos con buen precio.

¿Eran los precios de los productos buenos o malos?

Buenos. Los precios de los productos eran buenos.

¿Cuántos carros acabó llenando Esteban? ¿Uno, dos o tres?

Dos. Esteban acabó llenando dos carros de productos.

- Esteban gastó el sueldo de un mes en toda esa compra.

¿Gastó Esteban el sueldo de un año?

No. No el sueldo de un año. Esteban gastó el sueldo de un mes.

¿En qué se gastó el sueldo Esteban?

En toda esa compra. En toda la compra en el supermercado.

- Cuando llegó a casa, Esteban vio que había comprado de todo menos agua.

¿Había comprado Esteban de todo?

Sí, de todo. Había comprado de todo...menos agua.

¿Había comprado Esteban chocolate?

Sí. Había comprado chocolate.

¿Y carne?

También. También carne.

¿Vio Esteban que había comprado agua también?

No. Esteban no vio eso. Él vio que no había comprado agua. El fue al supermercado a comprar agua porque estaba sediento, pero compró de todo menos agua. ¡Pobre Esteban!

Bueno, este es el final de esta pequeña mini-historia.

Por cuestión de tiempo, no desarrollo esta historia, pero puedes ver lo efectiva que es esta técnica. Por ejemplo, has practicado la estructura “acabar llenando”, o él “había comprado”, que es el “pasado del pasado”.

Te recomiendo que escuches varias veces este ejercicio. La repetición es fundamental para automatizar el proceso del habla en otro idioma.

Esta técnica y otras similares las utilizo en mis cursos. Aquí solo has visto unos pocos minutos, pero en mis programas puedes escuchar historias que duran horas. Uno de los cursos más populares es el Curso Mágico, que puedes encontrar en:

www.cursomagico.com

Repito:

www.cursomagico.com

Perfecto. ¡Nos vemos la semana que viene, ¡y cuidado con los supermercados!



Oscar Pellus

unlimitedspanish.com