

DINERO GRATIS

Als anys 30, en plena recessió econòmica per la crisi del 29, un gran stock de material s'acumula als magatzems sense possibilitat d'ésser venut. Per a donar-li sortida, sorgeix la idea de rebaixar el preu a final de temporada, estratègia que esdevé un èxit. És així com es descobreixen els JOCS DE PREUS com una de les tàctiques comercials més efectives a occident, i és així com s'acaben normalitzant.

2x1, 3x2, rebaixes, descomptes, promocions... són missatges que invaeixen els aparadors i l'interior de les botigues que freqüentem, especialment les de roba. Degut a la importància que ocupa el valor econòmic de les coses en la nostra societat, caiem en el joc d'associar OFERTA amb OPORTUNITAT i acabem comprant de forma irracional, deixant de fer-nos les preguntes necessàries per a fer una bona tria.

Potser sortiria a compte preguntar-se si pagar 1, 2 ó 3 euros de més o de menys marca una diferència significativa.

Potser sortiria a compte preguntar-se si les compres innecessàries no són les que a la llarga acaben suposant la vertadera pèrdua de diners.

Potser sortiria a compte preguntar-se si prendre el valor econòmic com a criteri últim no ens acaba distreient de pensar en allò realment important.

Potser el que sortiria més a compte és preguntar-se si surt a compte el preguntar-se si surt a compte.

