ANUNCIA-TE

INFORMACIÓN COMPARTIDA PARA COMPRAR MEJOR

Una propuesta para convertir las experiencias individuales de compra en conocimiento colectivo y transparencia comercial

NO COMPRES A CIEGAS.
COMPARTE LO QUE SABES.
BENEFÍCIATE DE LO QUE SABEN LOS DEMÁS.

La información es nuestra. Compartirla nos beneficia a todos.

Documento de reflexión y trabajo · Noviembre de 2026

1. El problema: muchas veces compramos a ciegas

Imagina esta situación: compras un electrodoméstico por 600 euros. Una semana después, el mismo establecimiento lo tiene a 499 euros. Descubres además que otro establecimiento lo vendía por 520 euros. Te preguntas si has pagado un precio razonable o si habrías decidido de otra manera de haber dispuesto de más información.

Lo peor no siempre son los euros de diferencia. Es la sensación de que, si hubieras tenido la información a tiempo, habrías podido elegir mejor.

Conviene distinguir: no toda bajada posterior de precio significa que haya existido un engaño. Puede deberse a promociones, liquidaciones, cambios de stock o circunstancias comerciales legítimas. Pero eso no elimina el derecho del consumidor a comparar y conocer las condiciones antes de comprar.

El problema de fondo es la asimetría de información. El vendedor conoce sus precios, promociones y condiciones; el comprador muchas veces solo conoce el precio que tiene delante.

2. La propuesta: Anuncia-te ComparA

La idea es desarrollar dentro de Anuncia-te un espacio de información compartida por consumidores y establecimientos. No sería otra página de quejas ni un tablón de descalificaciones, sino una base ordenada de información contrastable.

ANUNCIA-TE COMPARA
La información es nuestra mejor defensa.

Comparar precios · Consultar historiales · Compartir experiencias · Detectar oportunidades de ahorro

Cualquier persona podría aportar voluntariamente información sobre lo que compra, lo que paga y dónde lo encuentra. La plataforma la organizaría para que otras personas pudieran comparar y decidir con mayor conocimiento.

3. ¿Qué información podrían aportar las personas?

A. Comunicar un precio de compra

La aportación podría incluir: nombre y modelo exacto del producto; establecimiento; precio pagado; fecha de compra; características y condiciones; y, de forma voluntaria, una fotografía del ticket o factura con los datos personales ocultos.

Con suficientes aportaciones se podría construir una referencia de precios realmente pagados, no solo de precios anunciados.

B. Comunicar una diferencia de precios

Cuando alguien detecte que el mismo establecimiento vende posteriormente el mismo producto más barato, podría comunicar el precio inicial, la fecha de compra, el precio posterior, la fecha en que lo detectó y si coinciden el modelo y las condiciones.

Esto permitiría crear historiales por producto y establecimiento. El negocio también podría explicar si se trata de una promoción, liquidación o cambio de condiciones.

C. Compartir oportunidades de ahorro

Una persona encuentra un material, alimento, producto o servicio a buen precio y lo comparte. Otra persona puede comprobarlo, comparar y aprovechar la oportunidad. La aportación individual se convierte en una ayuda para otros.

D. Compartir experiencias de compra

Se podrían recoger respuestas estructuradas: ¿el producto cumplió lo anunciado?, ¿el precio coincidió con el anunciado?, ¿se respetaron las condiciones?, ¿recibiste un buen servicio?, ¿volverías a comprar? Siempre que sea posible, las experiencias deberían acompañarse de datos o documentos.

E. Comunicar las condiciones comerciales

El precio no lo es todo. Transporte, instalación, garantías adicionales, comisiones, permanencias y mantenimiento pueden cambiar el coste final. La comparación debe atender al coste real de adquirir o contratar.

4. ¿Cómo conseguir que las personas participen?

El principal reto es que todos queremos recibir información, pero no siempre estamos dispuestos a compartirla. Anuncia-te debería fomentar una cultura de colaboración: quien aporta información útil contribuye a una comunidad de la que también puede beneficiarse.

PARTICIPACIÓN	RECONOCIMIENTO POSIBLE
Compartir un precio	Puntos de colaboración
Aportar un ticket verificable	Mayor valoración de la aportación
Comunicar una oferta	Reconocimiento como colaborador
Contrastar información	Reputación informativa
Ayudar a otros a ahorrar	Distintivo de colaborador

No parece conveniente pagar desde el primer momento por cada aportación. Primero habría que crear una cultura de colaboración y ofrecer beneficios colectivos: información ordenada, comparativas, alertas e historiales.

Podría crearse un Índice de colaboración Anuncia-te, que valore la utilidad, la documentación y la capacidad de contraste de las aportaciones, no simplemente el número de opiniones publicadas.

5. Credibilidad: distinguir lo documentado de lo no contrastado

Para que Anuncia-te sea una fuente fiable, debe evitar convertirse en un tablón de acusaciones. La información necesita etiquetas claras que indiquen qué grado de comprobación tiene.

NIVEL 1 · PRECIO DOCUMENTADO	Ticket, factura u otro documento que acredita precio y fecha.
NIVEL 2 · PRECIO CONTRASTADO	Varias aportaciones independientes coinciden.
NIVEL 3 · INFORMACIÓN COMUNICADA	Aportación de un usuario pendiente de contraste.
NIVEL 4 · INFORMACIÓN COMERCIAL	Precio o condición publicada por el propio establecimiento.

Además, deberían existir: derecho de respuesta de los establecimientos; un procedimiento de corrección; protección de datos personales; prohibición de acusaciones sin pruebas; y una identificación clara de fechas, modelos y condiciones.

La finalidad no es condenar a nadie: es permitir que el consumidor decida con información.

6. Implicar también a los negocios

Anuncia-te no debería plantearse como una plataforma enfrentada al comercio. Los negocios transparentes pueden encontrar una oportunidad para diferenciarse y generar confianza.

Un establecimiento podría publicar su precio habitual, ofertas, evolución de precios, condiciones de venta, garantías y servicios adicionales. También podría responder a aportaciones de clientes y aclarar circunstancias concretas.

COMERCIO TRANSPARENTE

La transparencia genera confianza.

Reconocimiento voluntario para establecimientos que facilitan información comercial clara, mantienen sus condiciones actualizadas y participan en la transparencia de precios.

El distintivo tendría que basarse en criterios verificables, no simplemente en pagar por aparecer. Así, Anuncia-te favorecería a los negocios que entienden que un cliente informado también puede ser un cliente más fiel.

7. El potencial: construir inteligencia colectiva

Una persona puede conocer el precio de un producto en una tienda. Diez personas pueden conocer diez precios. Mil personas pueden empezar a construir una radiografía del mercado.

Cuando esa información se ordena, se contrasta y se comparte, deja de ser una experiencia individual para convertirse en conocimiento colectivo.

- Historiales de precios por producto y establecimiento.
- Comparativas de precios por localidad.
- Identificación de oportunidades de ahorro.
- Evolución de precios a lo largo del tiempo.
- Información sobre la relación calidad-precio.
- Alertas cuando un producto alcanza un precio determinado.

Esta información también puede ayudar al pequeño comercio a conocer su mercado y competir con conocimiento, no solamente con capacidad económica.

8. Cómo empezar sin complicar el proyecto

La recomendación es no intentar desarrollar todo desde el primer día. Primero conviene probar una experiencia sencilla de aportación de datos.

• Tipo de aportación: precio interesante, diferencia de precios, experiencia de compra u oportunidad de ahorro.

• Producto o servicio: nombre, marca y modelo, cuando corresponda.

• Precio: importe y moneda.

• Establecimiento: nombre del negocio o proveedor.

• Fecha: cuándo se observó o realizó la compra.

• Prueba opcional: ticket, factura, fotografía o enlace, protegiendo siempre los datos personales.

Esta primera versión permitiría comprobar si las personas participan, qué datos aportan y qué información resulta realmente útil. Después podrían incorporarse historiales, comparativas y reputación de las aportaciones.

9. Una reflexión de fondo

Las empresas han aprendido a recoger, analizar y utilizar nuestra información para mejorar sus ventas. Conocen hábitos, preferencias, búsquedas y comportamientos. Sin embargo, los consumidores seguimos comprando muchas veces sin conocer lo que saben otros compradores.

¿Por qué no invertir esa relación? ¿Por qué no construir una herramienta en la que la información generada por las personas revierta también en las propias personas?

La información debe estar disponible, ordenada y ser contrastable. Debe permitir que cada cual tome sus propias decisiones. Esa idea conecta con la filosofía de Anuncia-te: facilitar que la oferta y la demanda se encuentren mediante información directa y organizada.

NO COMPRES A CIEGAS.

COMPARTE LO QUE SABES. BENEFÍCIATE DE LO QUE SABEN LOS DEMÁS.

La información es nuestra. Compartirla nos beneficia a todos.

ANUNCIA-TE
Una comunidad que comparte información para comprar mejor y vender con transparencia.

10. La decisión estratégica que debemos tomar

La pregunta decisiva es esta:

¿Queremos que Anuncia-te sea solamente una plataforma donde los negocios ofrecen sus productos y servicios, o queremos que sea también una plataforma donde los ciudadanos construyen y comparten información para defender mejor sus intereses económicos?

La segunda opción abre una razón adicional para que las personas vuelvan a Anuncia-te: no solo entrarían a buscar un producto, sino también a encontrar información que les ayude a ahorrar y a decidir mejor.

Eso podría generar participación, confianza, tráfico y atraer a negocios que quieran estar presentes donde los consumidores buscan información.

La suma hace la fuerza. Pero para que la suma funcione, cada uno tiene que aportar algo.

Documento de trabajo para reflexión. Las funcionalidades, distintivos y sistemas de reputación descritos son propuestas conceptuales; requerirían definición de criterios, revisión legal y pruebas antes de su puesta en marcha.