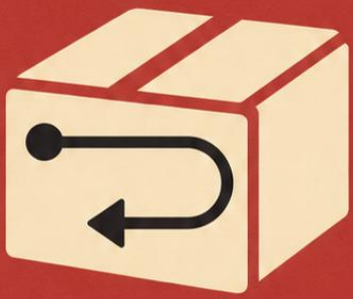
Resuelve tu problema con un guiño

Tengo cinco paquetes y no recuerdo cuál pedí

Cómo llevar el control de tus compras, reclamaciones y devoluciones sin volverte loco buscando confirmaciones



Max Paradox

Tengo cinco paquetes y no recuerdo cuál pedí

Cómo llevar el control de tus compras, reclamaciones y devoluciones sin volverte loco buscando confirmaciones

Max Paradox

Rozwiąż swój problem z przymrużeniem oka

ISBN: 9788384905074

ALL-IN Rafał Płonkowski



ÍNDICE

INTRO 5

Capítulo 1 - ¿Dónde demonios han ido a parar mis compras? 11

Capítulo 2 - ¿Por qué desaparece siempre el comprobante de compra justo cuando lo necesitas? 20

Capítulo 3 - Comprado, enviado, entregado. O tres versiones diferentes de la realidad 29

Capítulo 4 - La gran limpieza que acaba provocando todavía más desorden 38

Capítulo 5 - Cuentas, contraseñas y aplicaciones de compras. ¿Quién manda aquí exactamente? 47

Capítulo 6 - El plazo de devolución no se detiene porque hayas tenido una semana difícil 56

Capítulo 7 - El dinero tenía que volver. Pero ¿adónde ha ido exactamente? 65

Capítulo 8 - Atención al cliente: cómo evitar quedar atrapado hablando con un robot 75

Capítulo 9 - Una sola lista que sabe más que tu memoria 86

Capítulo 10 - La carpeta de pruebas: cómo preparar una reclamación sin convertirte en detective 96

Capítulo 11 - Tres minutos después de comprar que te ahorrarán una hora de búsqueda 108

Capítulo 12 - Recibir un paquete sin sorpresas ni tener que decir después «pero si yo lo había comprobado» 119

Capítulo 13 - Una cesta, cinco vendedores y la pregunta de a quién demonios escribir 130

Capítulo 14 - Una compra de principio a fin: el procedimiento para una persona normal..... 142

Capítulo 15 - Cuando la tienda desaparece, el paquete se pierde y todos se lavan las manos..... 154

Capítulo 16 - Cuando la vida no te deja tiempo para mantener un orden perfecto..... 165

Capítulo 17 - Cuando todo ha salido mal y hasta tu lista se ha rendido 178

Capítulo 18 - Cómo mantener el orden cuando las compras vuelven a cobrar vida propia 189

Capítulo 19 - Antes de volver a ahogarte entre paquetes, reconoce las primeras señales 201

Capítulo 20 - Los paquetes pueden seguir llegando. Tú no tienes que correr detrás de ellos..... 213

INTRO

El repartidor llama a la puerta. Abres, recoges el paquete, firmas algo en una pantalla que parece haber sido utilizada por alguien que intentaba resolver un crucigrama con el codo y vuelves a entrar en casa. Dejas el envío sobre la mesa. A su lado ya hay otros tres. Se supone que el quinto está esperando en una taquilla automática de recogida, pero no tienes muy claro si es tuyo o si el mensaje corresponde a un pedido de la semana pasada. Miras la caja e intentas recordar qué compraste exactamente. ¿Unos zapatos? ¿Un cargador? ¿Un organizador para todas esas cosas que eres incapaz de organizar? ¿O quizá algo que a las dos de la madrugada parecía absolutamente imprescindible, aunque ahora ni siquiera recuerdas para qué sirve?

Bienvenido al mundo de las compras por internet, donde pulsar el botón «Comprar ahora» lleva dos segundos, pero encontrar la factura tres meses después exige habilidades de detective, la paciencia de un arqueólogo y acceso a siete cuentas de correo electrónico. En teoría, todo es sencillo. Haces el pedido, pagas, recibes el paquete y utilizas el producto. En la práctica, un envío llega dividido en dos partes, otro contiene una talla equivocada, un tercero necesita una reclamación y el cuarto lo compraste desde una cuenta cuya contraseña solo recuerda el navegador de tu antiguo portátil.

Lo más divertido es que todas las tiendas te aseguran que se preocupan por tu comodidad. Y es verdad que lo hacen. Especialmente por tu comodidad a la hora de gastar dinero. Comprar resulta tan fácil que, a veces, consigues pagar antes de que tu sentido común encuentre las gafas. Solo

después comienza la parte menos espectacular del espectáculo: averiguar qué pediste, cuándo, dónde, cuánto pagaste y por qué la confirmación del pago está en la carpeta «Promociones», mientras que el aviso de entrega ha terminado en el correo no deseado.

El problema no es que tengas demasiados paquetes. Puedes comprar una sola cosa al mes y aun así vivir una auténtica pesadilla administrativa si resulta que precisamente ese producto está defectuoso. El problema empieza cuando la información sobre una compra vive repartida entre distintos lugares, sus habitantes no se conocen entre sí y, por lo visto, mantienen algún tipo de conflicto diplomático. El número de pedido está en un correo electrónico, el justificante de pago en la aplicación bancaria, la etiqueta de devolución en tu cuenta de la tienda y el plazo para devolver el artículo existe exclusivamente en tu memoria. Una memoria que también debe ocuparse de las facturas, las reuniones, la lista de la compra y recordar dónde has dejado las llaves.

Sin embargo, no estás obligado a contratar a un secretario privado solo porque hayas comprado unos pantalones por internet.

Este libro parte de una idea muy sencilla: las compras deberían facilitarte la vida, no crear un puesto de trabajo adicional en el departamento de logística doméstica. No necesitas un sistema complicado con treinta categorías ni una aplicación que te obligue a presentar informes diarios. Necesitas una manera de responder, en un tiempo razonable, a unas cuantas preguntas normales: ¿qué he comprado?, ¿dónde está mi paquete?, ¿cuánto he pagado?, ¿todavía puedo devolver el producto? y ¿dónde encontraré el documento que necesito para presentar una reclamación?

¿Parece una tontería? Intenta responder a esas preguntas sobre unos auriculares que compraste hace ocho meses. Si tu reacción automática consiste en abrir el correo electrónico y escribir «auriculares» en el buscador, para recibir ciento cuarenta resultados, incluida una promoción de una batidora con Bluetooth, sabes perfectamente por qué merece la pena hablar de este asunto.

No nos ocuparemos únicamente de los paquetes, sino de toda la vida de una compra. Desde el momento en que decides que necesitas algo, pasando por el pedido y la entrega, hasta el instante en que el producto se queda contigo durante mucho tiempo o regresa a manos del vendedor. Cada una de esas etapas deja huellas: mensajes, números, documentos, fechas límite y decisiones. No se trata de conservarlo todo para la eternidad. Se trata de identificar qué información podría volver a ser útil y qué datos son simplemente el equivalente digital de un recibo de hace diez años por un bocadillo de queso.

Muchas personas intentan resolver este problema aumentando su nivel de atención. Se prometen que, a partir de ahora, leerán todos los mensajes, anotarán inmediatamente los números de pedido y nunca volverán a perder una confirmación. Es un plan precioso, especialmente en la imaginación de una persona descansada que tiene toda una tarde libre por delante. Por desgracia, la realidad tiene la costumbre de poner a prueba esas promesas cuando vuelves a casa agotado, tu teléfono tiene un tres por ciento de batería y el repartidor te informa de que el paquete ha sido entregado en un punto de recogida cuyo nombre jamás habías oído.

Por eso no vamos a basar el orden en una memoria perfecta ni en una disciplina de hierro. Un buen sistema

debería funcionar también un martes cualquiera, de esos en los que todo parece ocurrir al mismo tiempo. Debería exigir pocas acciones, permitir recuperar fácilmente el ritmo después de una interrupción y ayudarte a encontrar la información necesaria sin reconstruir toda la historia del pedido. Si organizar tus compras te lleva más tiempo que hacerlas, algo ha salido mal. Puede que hayas creado un archivo precioso, pero lo que necesitas, ante todo, es una herramienta que te ayude a tomar decisiones cotidianas.

También aprenderemos a distinguir situaciones que suelen acabar metidas en una misma caja con la etiqueta «problema con la tienda». Devolver un producto, presentar una reclamación porque está defectuoso, solucionar una incidencia con la entrega y simplemente cambiar de opinión son situaciones diferentes. Pueden requerir acciones, documentos y plazos distintos. No todos los procedimientos funcionan de la misma manera, y los detalles dependen, entre otras cosas, del tipo de compra y del vendedor. En lugar de adivinar o creerte el primer mensaje que aparece en una página web, aprenderás a identificar qué clase de asunto tienes entre manos y qué información conviene comprobar antes de dar el siguiente paso.

Otro aspecto importante será recuperar el control sobre tu dinero. Cinco pedidos de unas cuantas decenas de eslotis cada uno pueden parecer poca cosa, hasta que tres devoluciones quedan pendientes de reembolso y empiezas a preguntarte si la tienda realmente te ha devuelto todo lo que te corresponde. La simple notificación «Reembolso realizado» no siempre es suficiente si no puedes relacionarla con el pago correcto. Aprenderemos a observar las compras de una manera que te permita saber no solo qué ha llegado a casa, sino también qué se ha pagado, qué

se ha devuelto y qué cantidades se han reembolsado efectivamente.

No voy a intentar convencerte de que renuncies a comprar por internet, de que te mudes a un apartamento minimalista ni de que guardes todas tus facturas en archivadores clasificados según los colores de las estaciones del año. Si te gusta comprar, compra. Si haces pedidos para toda la familia, también encontrarás soluciones aquí. Y si tus compras se limitan a lo estrictamente necesario, con más razón mereces que una única reclamación no te robe todo el fin de semana.

Puedes utilizar carpetas sencillas, notas, una hoja de cálculo o las funciones disponibles en las aplicaciones que ya tienes. Más importante que elegir una herramienta será establecer unas pocas reglas coherentes. Algunas cosas conviene registrarlas inmediatamente. Otras basta con comprobarlas en un momento determinado. Y hay otras que puedes dejar tranquilamente en paz, en lugar de consultar el estado del envío cada nueve minutos, como si el repartidor participara en una misión espacial y tú fueras el responsable de garantizar su aterrizaje.

Para empezar, no necesitas organizar absolutamente nada. Todavía no busques todos los recibos ni crees una carpeta llamada «COMPRAS DEFINITIVAS NUEVAS CORREGIDAS 2». Limítate a pensar en tu último pedido. ¿Puedes decir, sin dedicar demasiado tiempo a buscar, dónde encontrarás su número, el justificante de pago y la información necesaria si surge algún problema? Si la respuesta es sí, ya tienes un punto de partida. Si es no, acabas de descubrir la primera pequeña parcela de caos que merece la pena poner en orden.

Al final, no se trata de recordar todos y cada uno de los paquetes. Se trata precisamente de no tener que recordarlos. Las cajas pueden llegar, amontonarse y desaparecer, mientras tú sabes dónde consultar lo que realmente importa.

Porque tener cinco paquetes en el suelo todavía no es una catástrofe. La catástrofe comienza cuando el sexto resulta ser la devolución del primero y tú acabas de tirar la etiqueta.

Capítulo 1 - ¿Dónde demonios han ido a parar mis compras?

El lunes compras una lámpara para el escritorio. El martes pides unos zapatos porque los anteriores decidieron poner fin a su carrera profesional durante un paseo. El miércoles te acuerdas de que necesitas filtros para la cafetera y el jueves aprovechas una oferta de productos de cosmética. El viernes, tu teléfono te informa de que hay tres paquetes en camino, uno ya ha sido entregado y otro está esperando a que lo recojas. Todo parece perfectamente normal hasta que intentas averiguar a cuál de tus compras corresponde una notificación concreta. Entonces descubres que tu vida como comprador tiene más tramas que una serie policiaca, con la diferencia de que nadie se ha molestado en preparar un resumen de los capítulos anteriores.

Empiezas a revisar los mensajes. Una tienda utiliza el nombre de su marca, otra el nombre de la empresa propietaria, una tercera envía las confirmaciones a través de un operador de pagos y la cuarta, por lo visto, considera que la mejor manera de identificar un pedido consiste en una secuencia de dieciocho cifras. A todo esto se suman las notificaciones de las empresas de mensajería, los SMS, las aplicaciones de compras y las aplicaciones bancarias. Cada uno de estos servicios dispone de un fragmento de información. Ninguno parece sentirse especialmente responsable de que tú puedas entender el conjunto.

Da la impresión de que comprar hoy en día exige dos habilidades completamente distintas. La primera consiste en encontrar productos, comparar precios y pulsar el botón adecuado. La segunda se parece más a dirigir una pequeña

empresa de logística en la que desempeñas simultáneamente las funciones de contable, encargado del almacén, departamento de reclamaciones y responsable de localizar documentos. El problema es que te ofreciste voluntariamente para la primera función. Las demás te las asignaron sin siquiera hacerte una entrevista de trabajo.

Para empezar, conviene darse cuenta de algo que resulta fácil pasar por alto: cuando dices que has perdido el rastro de tus compras, rara vez significa que no sepas realmente qué has comprado. Lo que suele ocurrir es que no sabes dónde se encuentra la información actualizada sobre una transacción concreta. Recuerdas el producto, aunque a veces solo aproximadamente. También recuerdas haber pagado. Sin embargo, no consigues relacionar esos datos con el número de pedido, el vendedor, el envío y el documento que podría hacerte falta más adelante.

Esta diferencia es mucho más importante de lo que parece. Si el único problema fuera tener mala memoria, la solución podría consistir en apuntarlo absolutamente todo. Pero si el verdadero problema es que la información está dispersa, tomar todavía más notas puede empeorar la situación. En lugar de cinco lugares donde buscar datos, tendrás seis, y el último se llamará «compras importantes». Al cabo de un mes, habrás olvidado dónde creaste esa carpeta.

Un pedido, varias historias diferentes

Imagina que compras dos juegos de toallas y un secador de pelo. Metes todo en la misma cesta, pagas una única cantidad y recibes una confirmación. Parece evidente que has realizado una sola compra. Sin embargo, dos días después recibes un mensaje informándote de que las toallas ya han salido del almacén. El secador llegará más tarde

porque procede de otro centro de distribución. Al día siguiente aparece otro aviso para comunicarte un cambio en la fecha de entrega. Mientras tanto, en la aplicación bancaria figura un único pago y, en tu cuenta de la tienda, aparecen dos números de seguimiento.

¿Qué es exactamente lo que deberías controlar en esta situación? ¿La cesta? ¿El pedido? ¿El producto? ¿El paquete? La respuesta depende de lo que estés intentando averiguar. Si te interesa el gasto total, lo más importante será el pago asociado al pedido. Si quieres recoger la entrega, necesitarás el número de seguimiento del envío correspondiente. Si el secador resulta defectuoso, lo relevante será el propio producto, el vendedor y la documentación de la compra. Intentar tratar todos estos elementos como si fueran una sola cosa es el origen de numerosos malentendidos.

Por eso conviene distinguir desde el principio cuatro conceptos: compra, pedido, envío y producto. La compra describe la decisión y el gasto. El pedido es el registro de la transacción que conserva el vendedor. El envío es la forma en que llegan determinados artículos. El producto es aquello que finalmente entra en tu casa y que puede quedarse contigo, ser devuelto o necesitar una reclamación. En los casos sencillos, estos cuatro elementos encajan perfectamente. En las compras más complicadas empiezan a llevar vidas independientes, como los miembros de una familia cuando intentan organizar unas vacaciones juntos.

Un buen punto de partida consiste en considerar el número de pedido y el nombre del vendedor como tus principales referencias. Si dispones de esos dos datos, encontrar el resto de la información resulta mucho más sencillo. Eso no significa que debas crear inmediatamente

un registro exhaustivo de todos los productos que compras. Basta con saber identificar una transacción concreta entre varios mensajes parecidos. La fecha y una breve descripción de los artículos resultan especialmente útiles cuando compras con frecuencia en la misma tienda.

Supongamos que haces tres pedidos en el mismo establecimiento durante un mes. Todas las confirmaciones llegan del mismo remitente y el asunto del mensaje contiene únicamente un número. Memorizar esos números resulta tan atractivo como aprenderse los horarios de todos los autobuses del país. Es mucho más razonable anotar una referencia sencilla: «12 de mayo - zapatillas deportivas - tienda X - pedido 45821». Esta descripción es suficientemente concreta para identificar la compra y, al mismo tiempo, no exige llevar una documentación digna de una multinacional.

Por qué la memoria pierde la batalla contra las notificaciones

La memoria humana se desenvuelve bastante bien recordando el significado de los acontecimientos, pero no es un almacén perfecto para números y fechas arbitrarios. Cuando compras algo importante, recuerdas sobre todo el motivo de la compra. Los zapatos nuevos deben sustituir a los viejos. El filtro permitirá seguir utilizando la cafetera. El regalo tiene que llegar antes de una celebración. Los detalles técnicos de la transacción no parecen especialmente importantes en ese momento, así que rara vez les prestas demasiada atención.

La situación cambia unas semanas después, cuando precisamente esos detalles resultan necesarios. Entonces intentas reconstruir el pasado utilizando recuerdos que nunca estuvieron destinados a servir como documentación.

Recuerdas el color de la caja, pero no el vendedor. Recuerdas aproximadamente el precio, pero no el mes en que hiciste la compra. Incluso recuerdas que estaba lloviendo cuando realizaste el pedido, lo cual es sin duda un dato interesante, aunque probablemente el departamento de reclamaciones no lo aceptará como número de pedido.

Otra dificultad es que muchas compras se parecen entre sí. Si compras regularmente productos de limpieza, cosméticos, ropa o artículos para mascotas, las distintas transacciones empiezan a confundirse. No hay ninguna razón para esperar que recuerdes si un champú determinado procedía del pedido de marzo o del de abril. Sobre todo porque a las tiendas les gusta cambiar la forma de presentar el historial de compras, y algunos datos resultan más fáciles de encontrar en un ordenador que en una aplicación móvil.

Por tanto, conviene dejar de considerar el esfuerzo de recordar detalles como el método principal de organización. La memoria debería ayudarte a saber qué estás buscando, no ser el único lugar donde conservas las pruebas. Es un principio parecido al de utilizar un calendario. No apuntas la fecha de una cita porque seas incapaz de recordarla. Lo haces porque tienes cosas más interesantes que mantener en la cabeza que «jueves, 16:40, consulta número tres».

Una primera revisión sin organizar una limpieza general

Antes de elegir cualquier herramienta, examina tus cinco últimas compras. No todas las del último año. Tampoco cada pedido realizado desde que abriste tu primera cuenta en internet. Solo cinco. Así descubrirás dónde se produce realmente la confusión, sin tener que organizar una expedición de fin de semana a los archivos.

Para cada compra, intenta averiguar tres cosas: dónde se encuentra la confirmación del pedido, cuál es el estado actual de la operación y si queda algo pendiente por hacer. El estado puede ser «pendiente de envío», «producto entregado», «devolución prevista» o «reclamación resuelta». Una tarea pendiente podría ser recoger un paquete, comprobar su contenido, devolver un artículo o verificar que te han reembolsado el dinero. Si una compra está completamente finalizada y no requiere ninguna acción por tu parte, eso también es información valiosa.

Durante esta revisión probablemente descubrirás que algunos pedidos aparecen enseguida, mientras que otros exigen buscar en varios servicios diferentes. Presta atención a la causa de esa diferencia. Puede que una tienda envíe confirmaciones claras, mientras que otra reparta los documentos entre su aplicación y el correo electrónico. Quizá utilizas distintos métodos de pago y por eso te cuesta relacionar las transacciones bancarias con los pedidos. O tal vez compras desde varias direcciones de correo porque un día creaste una cuenta adicional para conseguir un descuento y, desde entonces, tus compras viven en dos universos paralelos.

No tienes que eliminar inmediatamente todas esas complicaciones. En esta fase, lo más importante es descubrir cuáles te dificultan realmente la vida. Si siempre encuentras rápidamente la información en la aplicación de una tienda concreta, no necesitas copiarla en otro lugar por puro amor al orden. En cambio, si regularmente pierdes quince minutos buscando un comprobante, acabas de encontrar un punto en el que un pequeño cambio podría ahorrarte muchas molestias.

El resultado práctico de esta revisión debería ser muy sencillo. Para cada pedido activo, sabes qué está ocurriendo y dónde puedes consultar los detalles. Si falta una confirmación, registras esa ausencia como algo que debes aclarar. Si el producto ha llegado, pero todavía no has comprobado su estado, no consideras automáticamente que el pedido está terminado. Si estás esperando un reembolso, lo que registras es precisamente esa espera. El orden comienza describiendo correctamente la realidad, no pintando de verde todas las casillas.

No todos los paquetes merecen su propia carpeta

Llegados a este punto, es fácil caer en el extremo contrario. Si el problema es que la información está dispersa, podrías pensar que la solución consiste en documentarlo absolutamente todo. La hora exacta del pedido, el nombre del repartidor, las dimensiones de la caja, el número de la puerta del almacén y probablemente la fase lunar durante la entrega. Un sistema así puede resultar impresionante, pero seguramente morirá durante la primera semana, cuando no tengas tiempo para completar todas sus casillas.

Una información es útil cuando te ayuda a tomar una decisión o encontrar un documento. Si no prevés ninguna utilidad práctica para un detalle concreto, no necesitas copiarlo. Es más, los registros demasiado extensos aumentan el riesgo de cometer errores. Resulta fácil transcribir un número equivocado, pasar por alto un cambio en la fecha de entrega o mantener un estado desactualizado. Acabas creando un segundo sistema de información que compite con el original y que, en ocasiones, pierde esa competición en lo más importante: decir la verdad.

Conviene distinguir entre almacenar y hacer seguimiento. Almacenas información que podría servirte más adelante, aunque pases muchos meses sin consultarla. En cambio, haces seguimiento de asuntos que necesitan tu atención en un momento determinado. El documento de una aspiradora que funciona correctamente puede esperar tranquilamente en el archivo. Un paquete cuyo plazo de recogida termina mañana necesita estar entre los asuntos activos. Cuando mezclas estas dos categorías, todo parece igual de urgente y, como consecuencia, las cosas verdaderamente urgentes acaban perdiéndose.

Del mismo modo, no todas las transacciones requieren la misma atención. Comprar un artículo barato que ya ha llegado y funciona probablemente solo exigirá guardar rápidamente el comprobante. Un aparato caro, un mueble entregado en varias partes o un regalo encargado para una fecha concreta pueden necesitar un seguimiento más detallado. Una organización sensata se adapta al riesgo y a las consecuencias de equivocarse. No exige que la compra de un paquete de gomas elásticas pase por el mismo procedimiento de control que el pedido de una lavadora.

También está la cuestión de las compras domésticas. Si varias personas utilizan el mismo dinero o hacen pedidos a una dirección compartida, la confusión puede aparecer incluso cuando cada una de ellas es perfectamente organizada por separado. Una persona compra, otra recibe el paquete y una tercera lo abre. Más tarde todos saben que el objeto ha aparecido en casa, pero nadie puede decir de qué tienda procede. En estas situaciones ayuda algo tan sencillo como transmitir la información adecuada en el momento oportuno: «Es un pedido mío, tengo el número en mi correo, deja el embalaje hasta que lo revise». No suena

especialmente romántico, pero puede evitar un interrogatorio familiar alrededor de la mesa.

En definitiva, el primer paso para recuperar el control no consiste en instalar una aplicación ni en comprar un archivador. Consiste en comprender que los pedidos, los envíos, los productos y los pagos son elementos relacionados, pero diferentes. Cuando aprendes a distinguirlos, el caos deja de parecer una catástrofe gigantesca. Se convierte en varios asuntos concretos, cada uno con su estado, su fuente de información y, cuando corresponde, su siguiente acción.

Y eso supone una diferencia enorme. Puede que los cinco paquetes sigan ocupando el recibidor. Pero ahora, al menos, sabes cuáles son tuyos, cuáles debes revisar y por qué uno de ellos contiene tres kilos de comida para gatos, aunque no tienes ningún gato. Esa última cuestión quizá necesite una investigación aparte.

Capítulo 2 - ¿Por qué desaparece siempre el comprobante de compra justo cuando lo necesitas?

Existe un tipo muy especial de correo electrónico que puede permanecer completamente invisible durante seis meses y convertirse, de repente, en el documento más importante de tu vida. Es la confirmación de compra de un objeto que acaba de dejar de funcionar. Mientras todo iba bien, nadie se interesaba por aquel mensaje. En el instante en que aparece la avería, comienzas a buscarlo con la determinación de alguien que ha perdido el billete del último avión. Abres el correo, escribes el nombre del producto y obtienes doce anuncios, tres boletines comerciales y una guía para limpiar un aparato que ni siquiera tienes ya.

Después de unos minutos recuerdas que quizá realizaste aquella compra desde otra cuenta. Compruebas un segundo buzón. Luego consultas el historial bancario. Después, la aplicación de la tienda. Finalmente encuentras un mensaje titulado «¡Gracias por tu compra!», enviado por una empresa cuyo nombre no tiene absolutamente nada que ver con el producto. El número de pedido está escondido en un archivo adjunto cuyo nombre parece una contraseña generada por un ordenador particularmente enfadado.

¿Por qué ocurren estas cosas incluso a personas que normalmente se manejan perfectamente con sus documentos? Porque las confirmaciones de compra no se crean pensando en cómo las buscarás en el futuro. Se generan en sistemas distintos, llegan desde diferentes remitentes y describen etapas diferentes de la transacción.

Un documento confirma que se ha recibido el pedido, otro que se ha efectuado el pago y otro que el paquete ha salido del almacén. Además, pueden existir una factura, un recibo, una confirmación de entrega o correspondencia relacionada con una devolución.

Todos esos mensajes se parecen bastante cuando aparecen en la pantalla del teléfono. Solo más adelante descubres que uno era importante, otro simplemente complementario y un tercero se limitaba a comunicarte que la tienda estaba encantadísima de haber tenido la oportunidad de atender tu pedido. La alegría del establecimiento resulta, por supuesto, conmovedora, pero cuando necesitas presentar una reclamación agradecerías mucho más disponer de un documento claro.

¿Qué clase de confirmación estás buscando exactamente?

Antes de empezar a buscar, conviene determinar qué tipo de información necesitas. Este pequeño paso puede ahorrarte una cantidad sorprendente de tiempo. Si quieres comprobar si la tienda recibió el pedido, buscas una confirmación que incluya su número y los detalles correspondientes. Si necesitas verificar que realmente se efectuó el pago, te resultará útil el historial de transacciones o un comprobante del operador de pagos. Si buscas documentación para presentar una reclamación, lo importante será poder demostrar qué compraste, cuándo y a quién. Dependiendo de las circunstancias, diferentes pruebas pueden servir para ello; no tiene por qué existir un único documento válido.

Muy a menudo tratamos todos los mensajes relacionados con una compra como si fueran intercambiables. Sin embargo, la información «Hemos recibido tu pedido» no

significa necesariamente que el pago se haya completado. El aviso «Tu paquete ha sido enviado» todavía no confirma que el producto se haya entregado. Y el mensaje «Tu devolución ha sido aceptada» no siempre significa que el dinero haya aparecido en tu cuenta bancaria. Cada comunicación describe una etapa concreta. Si confundes una de esas etapas con el final de todo el proceso, puedes dar por resuelto un asunto demasiado pronto.

Un buen ejemplo es la compra de una chaqueta que decides devolver porque no es de tu talla. Tienes la confirmación del pedido, un mensaje con la etiqueta de devolución, un número de seguimiento y un correo electrónico que confirma que la tienda ha recibido el artículo devuelto. Unos días después aparece otro mensaje informándote de que se ha procesado el reembolso. Si hubieras metido todas esas comunicaciones en una única carpeta sin ninguna forma de distinguir su función, reconstruir lo sucedido podría resultar complicado. En cambio, si sabes que necesitas el justificante de envío del paquete devuelto, puedes concentrarte inmediatamente en el documento correcto.

Tampoco necesitas conocer una terminología complicada. Basta con comprender qué acción confirma cada mensaje. ¿La tienda recibió el pedido? ¿Se cobró el dinero? ¿Se envió el producto? ¿Llegó la devolución? ¿Se reembolsó el importe? Estas preguntas resultan mucho más prácticas que buscar obsesivamente «la factura» cuando, en ese momento, lo que realmente necesitas es el número de seguimiento.

El buscador no puede leerte la mente

Una forma habitual de organizar los documentos consiste en dejarlo todo en el correo electrónico y confiar en el

buscador. Esta solución puede funcionar muy bien, pero con una condición: debes saber qué datos utiliza el sistema en el que estás buscando. Si escribes el nombre del producto, pero el mensaje contiene únicamente un número de pedido y el nombre del vendedor, el buscador no descubrirá mágicamente tus intenciones. Es una herramienta para encontrar texto, no un telépata contratado por el departamento de atención al cliente.

La forma más sencilla de encontrar un mensaje es disponer de algún detalle característico. Puede ser el nombre del vendedor, una parte del número de pedido, una fecha aproximada o el importe. Combinar varios criterios resulta especialmente útil. En lugar de buscar simplemente «zapatos», puedes buscar el nombre de la tienda y limitar los resultados a un mes determinado. Si recuerdas el precio, el historial de pagos puede ayudarte a identificar la fecha correcta. Algunos programas de correo también permiten restringir los resultados a mensajes con archivos adjuntos o procedentes de un remitente concreto.

Sin embargo, conviene recordar que el nombre que aparece en el banco no tiene por qué coincidir con el nombre de la tienda. El pago puede pasar por un intermediario y el establecimiento puede utilizar la denominación legal de una empresa que el cliente nunca vio en la página del producto. Por eso, a veces el importe resulta más útil que el nombre del destinatario. Una vez identificada la fecha del pago, puedes limitar la búsqueda en el correo a ese mismo período. Es mucho más eficaz que desplazarte por cientos de mensajes esperando que el correcto decida llamar tu atención.

Si utilizas varias direcciones de correo electrónico, puede ser buena idea elegir una para la mayoría de tus nuevas