

Ides per a traure profit d'una època difícil

## Aprofitar-se de la crisi

La crisi ha aparegut per fi amb tota la seua cruesa. Botigues, magatzems i distribuïdors enginyen mil i un ressorts per a buscar el comprador que no apareix: ofertes, regals, descomptes. Enmig de la tempesta un consumidor sense pietat pot traure profit si segueix unes determinades pautes...

**C**ada volta que eixim a comprar no sabem ben bé a quina hora tornarem perquè hem de recórrer moltes tendes, comparar els preus, exigir descomptes i després tornar on les condicions són millors, això ho anomenem *pechinchar*". Tània és brasilera i viu des de fa tres anys a València. Ja havia oblidat pràcticament els costums mercantils del seu país on la inflació provoca que el mateix producte puga costar tres o quatre voltes més segons el lloc on es compra, però enguany els ha hagut de tornar a posar en pràctica. L'estabilitat que ella havia trobat en els preus de consum ha començat a desaparèixer i, més encara, amb l'arribada de l'estiu. L'aparició de les rebaixes, les segones rebaixes i les liquidacions de temporada han convertit les nostres ciutats en un immens magatzem en saldo permanent on no hi cap preu definitiu i tot és susceptible de rebaixa. És l'altra cara de la crisi.

La llei de l'oferta i la demanda no perdona. La recessió econòmica, que durant molt de temps va ser un crit d'alarma, ha arribat finalment, després que el miratge de les olimpíades i l'Expo s'esvaïren en silenci. No per més anunciada, la crisi ha estat menys implacable; el descens del consum ja és una evidència: les associacions de comerciants parlen d'un 30% menys que l'any passat. L'ambient econòmic general i la inseguretat del mercat laboral no inciten a la compra i ja ningú no té vergonya de dir que vol estalviar i no pot permetre's despeses supèrflues. La botiga *Mobiliario y equipamiento para el comercio* en els primers números de l'avinguda de Ferran el Catòlic de València exhibeix un rètol de grans dimensions: "Es venen cartells de *rebaixes*". És, potser, el negoci de l'estiu.

Botigues i petits comerços han estat els més perjudicats; assetjats per una política fiscal implacable en forma de mòduls i



impostos d'activitats econòmiques (IAE) han vist arribar la crisi sense armes per a fer-li front. Les grans superfícies, hipermercats, grans magatzems, centres comercials són l'altre enemic afegit. En mans de grans grups empresarials encaren la letargia del consum en condicions molt millors. Contra aquesta situació només queda un remei: incitar el comprador amb tota mena de reclams, sense impor-

tar que el marge de benefici siga ridícul: millor guanyar poc o res que perdre. Les fórmules són moltes i depenen de la imaginació del propietari del comerç, des de la possibilitat d'emportar-se dos productes al preu d'un fins a l'oportunitat de guanyar un viatge al Carib o un apartament a la platja, a més del sistema més comú: oferir tota mena de descomptes (20, 30 i fins al 50%) i mil maneres pos-

sibles de pagament, des de sofisticades combinacions de terminis fins a l'assessorament i ajuda de les financeres. Aquestes companyies, fa anys reservades per als grans negocis, s'han convertit en una aliat forçós dels qui encara aspiren a vendre, encara que el producte no siga ni un cotxe ni un apartament, sinó un simple tresillo.

La situació del mercat, doncs, beneficia inevitablement el consumidor que, aclaparat també per la crisi, pot pressionar sobre el venedor i sap que té un immens mercat on triar, àvid de la seua inversió, encara que siga petita. No hi ha terrenys

lia de València, enguany, per primera vegada en molts anys, rebaixarà alguns articles "intocables". "Normalment —comenta— el sanejament no és un producte susceptible de rebaixar els preus, sinó al contrari, puguen cada any. Nosaltres, tradicionalment, oferim al comprador descomptes segons el volum de compra, però enguany les coses han canviat, algunes grans superfícies que també ofereixen material de sanejament han abaixat preus i ens han obligat a fer el mateix, fins i tot un 20%". Amb el sanejament, tan imprescindible, altres sectors més superflus i luxosos com la joieria, han ha-

rer, les botigues on tenim molta confiança i als viatges al Marroc on és inevitable i, fins i tot, ha perdut el seu qualificatiu d'actitud de "mal gust". Llorenç atén un concessionari de cotxes Volkswagen a València i troba cada dia els compradors molt més agosarats: "Ningú es talla, la gran majoria dels qui vénen tiren pel dret i et demanen a boca de canó: Quant m'has de rebaixar? Quins elements suplementaris em regalaràs? Mira l'oferta que em fan en aquell altre concessionari, si no me la pots millorar no m'interessa". No és l'excepció. Per primera volta en molt de temps els consumidors es troben en superioritat de condicions i demanen. Primer, els descomptes. "Alguns clients —comenta ara el responsable d'un concessionari d'Opel també a València— arriben a exigir-me fins i tot un descompte de mig milió de pessetes en models que no són de luxe sinó d'un preu mitjà o baix, i això pot representar una rebaixa del 25% que jo no puc fer i que els clients donen com a possible".

Fins on poden rebaixar els comerciants els seus articles? És evident que depèn molt del producte i que els propietaris dels comerços tractaran de mantenir aquest percentatge en secret, però el 93 està resultant especialment dur en molts sectors, com ara l'automòbil o la venda de pisos i, malgrat els somriures fingits dels venedors, es desprèn una consigna contundent: no hi ha límits, tot és negociable.

L'eufòria però, pot fer-nos caure en un parany: si la crisi fa créixer l'enginy dels comerciants per captar clients i aquests poden pressionar a la recerca de millors preus, els botiguers juguen amb els mateixos factors per inventar-se saldos i oportunitats que no ho són tant. Les liquidacions de temporada són perfectes amagatalls per a peces defectuoses i les ofertes per "tancaments", que a voltes són només per vacances, són també una manera de liquidar allò que no es vendria d'una altra manera. La vigilància dels departaments de comerç dels diferents governs autònoms, especialment eficaç al País Valencià i al Principat, no pot arribar a tots els comerços.

El propietari d'una botiga de mobles a Alfafar, un poble de l'Horta Sud que amb Sedaví i Benetússer forma l'anomenat "triangle del moble", que aixopluga centenars de botigues dedicades a aquest article, va ser molt sincer amb EL TEMPS. Preguntat sobre la crisi, va espetar: "Es nota, però no tant, ha baixat un poc el consum però no com per a fer-nos abai-

ST ÉS  
) ASSESSOR  
OMPRES



sagrats, tots els camps són susceptibles d'oferir avantatges. Qualsevol vianant que passege per les nostres ciutats es veurà assetjat per ofertes que van des de l'alimentació a la decoració: "1 pollastre, un conill i una dotzena d'ous: 975 pessetes", "Armaris de 171.000 a 121.000", "Llums a un 40%".

Rafel Calandín dirigeix una petita botiga de sanejament a Burjassot, en la roda-

gut d'adaptar-se i, sense vergonya, abaixar les tarifes. La joieria Zarco del cèntric carrer de Sant Vicent de València n'és un exemple, els seus responsables confessen que enguany "estan realitzant descomptes excepcionals i unes rebaixes d'estiu una mica forçades".

La relació entre venedor i comprador s'ha tornat més dura, el regateig, aquell costum reservat per als mercadets de car-

## Permetre's el luxe



Si hi ha crisi, les coses supèrflues, el luxe pel luxe, és el primer que ens podem estalviar. Aquest seria un raonament lògic. Però la crisi en alguns aspectes encara no espanta prou. Les perfumeries, un dels punts de venda de coses i objectes que no són imprescindibles per viure, estan capejant els inicis de la crisi com poden perquè la recessió ja es nota. "Les nostres clientes continuen venint, però, per exemple, si abans compraven una crema facial en envàs gran, ara la compren en envàs petit." Tothom sap que els envasos grans resulten més econòmics, però sembla que no deixar tants diners de cop tingui com a conseqüència l'estalvi. Però, per no enganyar-se, ja hi ha molta gent que de fa uns mesos s'ha acostumat a fer les seves compres cosmètiques a Andorra. L'estalvi, en el cas d'una crema per a la cara, pot ser d'unes 1.500 pessetes.

## Restaurants i banquets: una opció a negociar

Vicent volia casar-se i fer el convit en un bon hotel de València, l'Astòria. A través d'un amic va negociar un bon preu pel menú dels convidats. Però també volia portar-los de festa i va entrar en contacte amb la discoteca Su-so's. La seua dona, ell i els convidats entraren després del convit totalment debades i, a més, per portar els clients, la discoteca l'obsequia amb un cap de setmana a Peníscola, per completar la lluna de mel. Josep, que necessitava economitza més va obligar el restaurant a regalar-li unes quantes places. I és que tampoc la restauració travessa un bon moment. Dinar en restaurants de luxe com el Botafumeiro de Barcelona ja no és tan difícil, ja que s'han vist obligats a oferir menús més econòmics per portar clientela. Naturalment, ja no cal fer reserva.

També les multinacionals, encara que



menys, han de fer més atractius els seus productes per atraure consumidors. Pizza-Hut fa un menú especial per als dies feiners i Pans i Pastafiori tenen *Happy Hours* (dos productes pel preu d'un), de 5 a 8 de la vesprada a Pastafiori.

xaer el preus que els fabricants tampoc han abaixat". Els prestatges de la botiga estaven decorats amb missatges com aquests: "Preus de crisi", "Millorem la seua oferta", "50% de descompte". "Això? una propaganda com una altra qualsevol -va aclarir- tot val per atraure clientela però no crec que ningú siga tan innocent com per a creure que estem disposats a rebaixar un 50%. Això és només en peces molt concretes i absolutament desfasades".

Però el client no sols pot demanar des-

comptes, també pot forçar la inclusió d'algun regal, un suplement en el cas dels cotxes, o la de serveis complementaris. "Nosaltres -comenta un distribuïdor d'electrodomèstics- a més de sortejar un viatge al Carib entre els compradors, muntem i instal·lem gratuïtament els aparells, com hem fet sempre, però enguany hem ampliat el temps de garantia i, fins i tot, deixem un temps de prova els electrodomèstics. Abans ho fèiem només amb els clients més coneguts però ara és gairebé amb tots".

## Col·leccionisme i antiguitats: la reserva de seguretat

"En època de crisi, el col·leccionisme esdevé refugi del capital, per això el preus no baixen sinó que es mantenen o puguen", comenta el responsable d'una filatèlia valenciana. És moment de mantenir tot allò valuós que ens pertany, amb la seguretat que es revaloritzarà però també podem fer alguna compra. "Els preus de les antiguitats -comenten els comerciants del carrer de les Avellanes a València- s'han fet realistes". Això implica la baixa. Els preus de la pintura han arrossegat en la seua caiguda els del mobiliari i decoració tot i que no han aconseguit fer descendir les peces més valuoses. "Els col·leccionistes tenen un poder adquisitiu fort i no els

afecta de moment aquesta crisi", afegeix un altre antiquari. Així, mentre les peces realment bones continuen sent privatives, d'altres d'un valor mitjà han vist descendir la seua cotització en les subhastes i és el moment de comprar-les a l'espera que tornen a pujar. Els experts situen el moble del segle XVIII entre els "intocables" i afirmen que el del XIX i principis del XX té ara un preu baix. Algunes peces com les papereres clàssiques també han baixat.

Pintors com Sorolla pateixen la mateixa transformació, mentre els quadres majors conserven el seu preu, els considerats menors comencen a ser assequibles.



## Automòbils: demane-ho tot i més

Emili, un jove valencià, amb inquietuds viatgeres, té un Volkswagen escarabat de segona mà en perfectes condicions. Li va costar 250.000 pessetes, aproximadament la meitat que en qualsevol establiment de la seua ciutat. Ell, amb un amic alemany que li va fer els tràmits, va preferir adquirir el producte en el seu lloc originari i aprofitar així la unió europea. Després d'alguns tràmits i una duríssima ITV té ara un cotxe que ací resulta "de culte" i que allà no deixa de ser un utilitari, a un preu mòdic.

Però si no vol viatjar i prefereix un vehicle nou, recorde que el mercat automobilístic és, probablement, el que pitjor porta la crisi i els concessionaris estan disposats a cedir ara més que mai. Molts models han baixat de preu i inclouen de sèrie additaments que abans eren de luxe. No demane el radiocasset, ja es dona per fet que la casa li'l regala,



larà, però fins i tot quedaria malament si no suggerira que li inclogueren algun extra pel mateix preu. Per als models cars, més de dos milions i mig, es pot intentar obtenir els frens ABS o l'air-bag (bossa d'aire) i, naturalment l'aire condi-

cionat que també es reclamable en gairebé qualsevol model. Alguns concessionaris paguen l'assegurança del vehicle durant el primer any. En tot cas, la competència entre els concessionaris, fins i tot de la mateixa marca, és enguany més forta que mai de manera que cal visitar-les totes i parlar sense embuts de les condicions que ens ofereixen els altres. També pot ser útil exagerar-les una miqueta però sense fer-ho evident.

El finançament continua sent el sistema més beneficiós per a les empreses, ja que cobren el preu total del banc amb qui tenen el contracte i, a més, reben una comissió sobre el percentatge. Inútil, doncs, obtenir descomptes per pagar al comptat, però si preferim fer-ho a terminis, podem obtenir uns interessos molt baixos, començar a pagar molt tard i aportar una entrada realment simbòlica.

La crisi, inevitablement, canvia el panorama del mercat. Les botigues menudes se'n van i els centres comercials creixen. Body Ajuar, una botiga de roba interior femenina al carrer d'Anselm Clavé de València tanca. Ofereix *bodys* i dues peces de bona qualitat a mil pessetes. La seua propietària indica les causes d'aquest tancament: "Vaig apostar per la qualitat, per portar gènere de Hong Kong i altres llocs, i el consum ha baixat molt, la gent ja no busca això. Ara tancaré i tractaré de traspasar el negoci. No crec que tarde molt a vendre el que em queda perquè gent que viu ací i no ha entrat mai, ara s'emporten moltes peces". És la gran oportunitat del consumidor sense pietat: trobar llocs que realment han fet fallida. Una altra tenda que tanca a València és Carlos Coello, al costat de l'estació d'autobusos, que no ha tingut més remei que traslladar-se al centre comercial Nuevo Centro i regala samarretes de totes les marques a més de posar el preu més car en 4.000 pessetes.

A Barcelona, les liquidacions per tancament estan a l'ordre del dia. La confecció i la moda és un dels sectors més afectats. Alguns exemples els veiem a la mateixa Rambla de Catalunya (Silesc Modes) al carrer Pelai (Marfil) o la carretera de Sants (Zoë, Fucci). Però de locals comercials o botigues que es traspassen en trobem un o més d'un a totes les vies de zones més o menys comercials. Una de les

## Vacances sagrades

"Enguany hem venut un 10% més que l'any passat. Qui no ha fet reserves amb dos mesos d'antelació no ha aconseguit el que volia". Les explicacions de l'agència de viatges Viatgi de Barcelona poden deixar astorat a més d'un. Es cert que enguany les destinacions han variat i que la gent ha optat per quedar-se més prop però segons els comentaris dels professionals ha continuat havent-hi força demanda cap al Carib, el llunyà Orient o altres destinacions exòtiques. A Barcelona, concretament, les explicacions dels professionals es basen en la creença que els barcelonins l'any passat van sortir menys a l'estranger perquè es van quedar pels Jocs. "La crisi suposo que la notarem més cap a l'hivern", diuen a Viatgi.

Per si de cas, però, i centrant-se en l'estiu, els majoristes han llançat bones ofertes. Per exemple, es pot anar a Cancun a partir de 89.000 pessetes, a les Illes a partir de 30.000 o a les Canàries a partir de 35.000-40.000. Tot inclòs.

La decisió de "quedar-se a casa", però, no necessàriament ha de resultar una tragèdia. L'Associació Barcelona Turística que integren 40 hotels de la ciutat manté tot l'estiu l'oferta de preus d'estada per a caps de setmana amb



descomptes del 50%. Hotels de luxe o gran luxe com el Ritz, el Claris o el Princesa Sofia costen 7.000 pessetes per persona i nit. L'oferta comprèn, a més, entrades a l'antològica de Miró gratuïtes, descomptes per al Museu de la Ciència, el Parc Zoològic, el Tibidabo, la Fundació Tàpies, el Museu del Barça, l'Up&Down, el Casino de Barcelona, un 20% a l'autobús turístic i les *golondrinas*, etc.

"El que fan molts dels clients que utilitzen l'oferta de l'ABT dels caps de setmana és llevar-se tard i esmorzar bé al nostre *buffet*. Així s'estalvien el dinar."

## Immobiliàries: els preus no han tocat fons

Es el peix que es mossega la cua. Empreses i comerços que tanquen abandonen els seus locals amb l'esperança de treure'n profit i saturen així un dels mercats més estables en els últims anys. Responsables de Prisma i Eurozonas, dues de les més importants firmes que treballen a València coincideixen en la seua anàlisi: els preus dels lloguers d'oficines i baixos al centre de la ciutat han baixat un 30%. Pocs es mantenen a 1.000 pessetes el metre quadrat i la gran majoria oscil·la entre 700 i 750. Els llocs de nova construcció com l'edifici Europa continuen llogant-se a 2.000 pessetes el metre. No són només els lloguers de les oficines els que han baixat, també els pisos s'han vist arrossegats en la caiguda de preus.

Si sou propietaris, no és moment, doncs, de posar en lloguer una propietat però si ho necessiteu imperiosament,



afanyeu-vos, els experts són clars: els preus encara han de baixar. Si voleu llogar, el regateig s'imposa perquè els propietaris no volen reconèixer els preus

reals dels seus immobles. Aquesta reticència és més forta a l'hora de vendre però la crisi també ha arribat i els preus han de baixar.

A Barcelona, es pot arribar a aconseguir un descompte del 20% sobre el preu inicial de venda. El mercat està totalment estancat i la ficció que una casa era un valor inamovible i segur no tardarà a desaparèixer.

En els lloguers, més ajustats, es poden aconseguir rebaixes d'un 10% i si es tracta d'oficines o baixos comercials, a la ciutat olímpica ja s'ha creat el sistema anomenat de mancança. Durant els tres primers mesos de contracte, els llogaters no pagaran, de manera que podran afrontar l'engegada inicial del negoci, sempre problemàtica, mentre que els propietaris, que perden uns diners, saben que almenys tenen un local llogat, la qual cosa, tal com està el mercat, ja és prou.

## Mobles: l'oportunitat olímpica

"La gent continua casant-se, no?, i hauran de moblar els pisos". Així simplificava un venedor de Sedaví (l'Horta) la negativa dels fabricants nacionals a reduir els preus dels mobles, ja que el descens del consum, tot i existir, no és especialment important i, fins i tot, aquest mes d'agost està sent més rendible que el d'altres anys. Les oportunitats, però, també existeixen en aquest sector. El moble de luxe sí que s'ha vist obligat a reduir els preus, però convé anar a buscar-lo directament a les fàbriques.

A més, alguns països de l'est comencen a enviar productes en condicions molt favorables. És el cas dels escriptoris lituans de fusta que per 14.000 pessetes comercialitza la cadena Conforama. L'únic inconvenient és que l'usuari els ha de muntar, però no resulta gens complicat.

A Barcelona, a més, al carrer de Viladomat, cantó a l'avinguda de Mistral, es poden comprar mobles que provenen de les oficines del COOB 92. Taules de despatx amb tres o quatre calaixos per 18.000 pessetes, armaris amb portes per 10.000 i 15.000 i cadires de despatx per 2.000 són alguns dels productes que es poden comprar.

## Roba: des de les liquidacions a l'armari de l'àvia

"Tanquem. Liquidem peces des de 395. Vestits des de 4.990. Camisa de seda 100% 2.995". Milers de paperets amb aquesta informació han estat llançats per la vorera del carrer de Pelai de Barcelona. Però podrien haver estat llançats a qualsevol altre carrer. Igual com aquesta botiga que tanca n'hi ha desenes i desenes a tota la ciutat que liquiden per plegar el negoci. És el moment de comprar. Levi's a 5.000. Dos parells de pantalons a 4.990. Camises a 1.000, dues a 1.500. Pijames de nen, dos, a 2.000. A aquesta altura de la temporada, el gènere està força remenat. En algunes botigues, la liquidació s'ha fet durant el mes de juliol i ara, en ple agost, els llums estan apagats i els cartells de "es traspasa" o "en lloguer" estan penjats a la porta.

Però encara es poden aprofitar les rebaixes, que enguany s'allarguen tant que es produeix el fenomen dels aparadors de dues temporades. Cada cop més arraconades, les peces d'estiu; als prestatges centrals, peces d'hivern.

Als grans magatzems, les baixes vendes de temporada han fet allargar les rebaixes tot el mes d'agost. 20%, 30% i 50% segons els articles. A les galeries o botigues: segones rebaixes, rematada final, rebaixem les rebaixes, nous preus.



La gent, aquesta temporada, mira però no sempre toca. No hi ha hagut les allaus i s'ha comprat si val la pena. Un bon exemple és l'oportunitat de poder comprar, potser per primera vegada a la vida, a les botigues Vogue. Un conjunt de bossa i sabates que en plena temporada valia 18.000 pessetes, es pot trobar ara per 7.000.

Però el més econòmic continua sent la moda més ecològica: el reciclatge. L'estètica *dirty* és l'excusa perfecta per a remenar en botigues de segona mà, un tipus d'establiment que cada cop s'estén més a totes les ciutats. El més barat, però, continua sent remenar l'armari més amagat de casa l'àvia. Tot val.

que ofereix un aspecte realment lamentable és l'avinguda de Mistral, on gairebé a una porta sí, una no, hi ha un cartell que anuncia la fi del negoci. Lloca Canas Moda, Esports Mistral, Loli y su punto, Fruits Secs Ordóñez...

La fallida emblemàtica de la temporada és, però, la de la casa Vidosa, al carrer de Balmes, un dels principals llocs on les parelles barcelonines feien les seues llistes de bodes. Als aparadors de Vidosa s'apilen copes de cristall, vaixelles i electrodomèstics sense cap ordre, a preus de ganga.

Són les víctimes d'un mercat a la baixa que ha vist nàixer una criatura ben curiosa i particular: les botigues de "tot a cent". Regals, joguines, andròmines amb una utilitat inqualificable, s'amunteguen en botigues amb infraestructura més aviat escassa i que serveixen per a guarir la necessitat irrefrenable de consumir, per només vint duros. Caija, SL, és una de les empreses que a Barcelona s'ha especialitzat en aquests productes, Todocien, Cadena cien o El Semáforo, assortits pel majorista Mercacien s'estenen pel País Valencià. Si en un principi aquests comerços oferien només galindaines a vint duros, "all for a dollar" en el llenguatge dels sorpresos turistes de Barcelona o les localitats de platja, ara ja han ampliat el mercat i hi ha objectes a 200, 300, 500 i, fins i tot, 100.000 pessetes. La propietària d'El Semáforo a Godella (l'Horta) n'explica l'evolució: "al principi veníem coses a vint duros, però el benefici era poc i com que el local és llogat ampliàrem el camp. la gent volia alguna bagatella però això no podia durar molt. Ara oferim pràcticament de tot i molts consumidors compren ací productes de primera necessitat, com els de drogueria, que oferim més barats". El secret per a proporcionar, a més d'andròmines, productes útils a preus molt competitius és la recerca infatigable que els seus propietaris fan en magatzems i proveïdors. Botigues producte de la recessió, s'assorteixen de les seues víctimes: fàbriques que tanquen, que liquiden a meitat de preu i mercats en descomposició com els dels països de l'est. Amb paciència, no és difícil trobar al costat de figures defectuoses fetes a les terrisseries de Manises o Taiwan, peces russes de factura impecable a un preu ridícul. Tot es pot pescar en l'aigua tèrbola de la crisi. El peix més gran però, se l'endurà qui tinga més força i més enginy per a fer mossegar l'ham.

Xènia Bussé  
Jordi Sebastià

## Crisi: decàleg del supervivent

Sobreviure a la crisi, aquesta és la qüestió. Per a fer-ho, és evident que us haureu d'estar d'algunes coses. Estrenyeu-vos el cinturó, però sense ofegar-vos, i prengueu-vos-ho amb paciència. EL TEMPS ha elaborat aquest decàleg orientatiu com a guia d'emergència per portar la crisi amb el millor tarannà possible.

1. *Pechinchar*. Tal com diuen al Brasil, si vols trobar oportunitats has de tenir calma, caminar, buscar, remenar i finalment trobar. Ha de ser la principal activitat del consumidor en crisi que, a més d'evitar altres més cares (aquesta no us costarà res) us permetrà localitzar els millors llocs per fer les vostres compres. Al bon *pechinheiro* li calen totes aquestes qualitats, un bon calçat i molts ànims.

2. Regategeu. En l'actual moment de crisi, amb totes les relacions mercantils capgirades, l'única llei que preval és la de la selva. No tingueu cap mena de prevenció. Tothom regateja per tot. Si d'entrada no us atreviu, feu algunes eixides amb algun professional del regateig, per perdre la por.

3. Compreu en botigues petites; però aprofiteu també les ofertes dels grans magatzems. Els comerços menuts es troben en una situació pitjor i la crisi els obliga a fer-vos un descompte major i a donar-vos més serveis.

4. Retalleu i guardeu curiosament tots els vals de descompte que acompanyen mil i un productes de consum quotidià. Podeu obtenir des de descomptes en revelat de fotografies a un lot de productes de bellesa Vitesse. No en llanceu cap i intercanvieu-los amb els vostres amics i coneguts pels que més us interessin.

5. Aprofiteu tot el que siga gratuït. Visiteu les galeries d'art, estareu a la moda i picareu alguns cosa si coincidiu amb la inauguració. Si voleu anar a la



perruqueria acosteuvos a l'Institut Llongueras, al carrer de Balmes de Barcelona, o a l'acadèmia Badia, al carrer de Garrigues de València. Gratuït. Rentar, tallar, marcar, tenyir i assecat. Sí, els perreuers són estudiants, però hi posen bona voluntat i saben més que ningú de les darreres tendències.

6. Per menjar, utilitzeu les *happy hours* –sobretot als *fast-food*– o hores del dia en què rebreu descomptes. Les targetes de bus i metro poden afavorir-vos

en altres llocs amb rebaixes o regals. Si aneu de copes, busqueu també els locals amb *Happy Hour* i no us avergonyiu de dur a sobre una petaca de whisky o ginebra (val una ampolla de colònia ben maca i convenientment rentada). Arribeu al bar i només us cal demanar la Coca-cola o la tònica.

7. Si voleu anar al cinema, feu-ho només el dia de l'espectador (la mateixa pel·lícula a la meitat de preu) o reviseu els clàssics a la filmoteca. Apunteu-vos a qualsevol cicle patrocinat per instituts estrangers, sindicats o cases de la dona (si és gratuït). També podeu esperar-vos fins que el film aparega en vídeo i anar a veure'l a casa d'un amic.

8. Compreu objectes de segona mà. Sobretot roba. Resulta molt més barat, tapa igual i és moda. Identifiqueu-vos com a seguidors del *dirty* o *grunge*. Si citeu Douglas Coupland, inspirador del moviment, tothom us admirarà. Algun exemple d'on anar, Humana, al carrer de Viladomat de Barcelona.

9. Recicleu. Coses que no us servien fa un temps, ara us poden servir. Podeu fer intercanvis amb els amics. És econòmic i ecològic

10. Torneu al poble. No sols les festes majors són més divertides i barates que la *ruta destroy*, sinó que, a més, trobareu amics i parents disposats a convidar-vos a passar uns dies.