



FAMILIA

## La cuesta de enero, febrero y marzo

Contener el gasto. Esa frase que utilizan los especialistas en sus balances de empresa puede aplicarse también en la economía doméstica. Después de las fiestas navideñas es importante planificar y ceñirse a un presupuesto. Sepa cómo hacerlo aplicando unas claves de sentido común. Por **Alex Rovira Celma**. Ilustración de **Pep Monserrat**.



**El próximo fin** de las fiestas navideñas nos devuelve a la cruda realidad: enero ha llegado. Comidas, regalos, salidas y vacaciones han dejado deseos realizados, pero también cuentas corrientes raquíticas de ciudadanos de a pie que, ya sin renos ni camellos a los que recurrir, tendrán que asumir que la verdadera magia residirá en la habilidad de llegar con la cuenta a salvo o con el crédito no muy excedido a finales del primer mes del nuevo año.

Las luces rojas de la Navidad se han apagado casi de repente, pero se encienden otras del mismo color: las de la economía doméstica. Es precisamente en estos momentos donde las llamadas al sentido común y a la conciencia se hacen necesarias para capear esa vieja amiga de muchos a la que alguien tuvo a bien llamar la cuesta de

enero. En los últimos años, no obstante, oímos cada vez con más frecuencia y con un cierto tono de resignación o ironía cómo la cuesta de enero se ha prolongado en el tiempo, y ahora, generosa, oronda y rolliza, acoge en sus brazos también a los meses de febrero y marzo.

► **Cuesta arriba.** Noventa días de purgatorio de nuestros pecados para con el capital. Estos meses del año no sólo se hacen cuesta arriba por el dispendio de las fiestas navideñas, sino también porque es en este mes cuando se producen las subidas de la mayor parte de los servicios y productos de primera necesidad: el pan, la electricidad, las telecomunicaciones, el gas, el transporte público, los peajes de las autopistas y otros, que actualizan sus precios en enero.


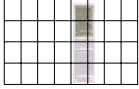
Con ello, al impacto del festín navideño se suma la puesta al día de las tarifas de tales servicios. El golpe psicológico que supone el taladrado anuncio de estos incrementos de precios en los medios de comunicación no es tampoco baladí.

► **Una llamada al sentido común.** ¿Qué hacer entonces para capear con nuestro saldo en cuenta corriente esta aventura que se mantendrá hasta la primavera? Quizá lo que corresponde es recuperar el sentido común, que a menudo perdemos movidos por la locura del consumo de las dos semanas de fiestas navideñas.

► **Planificar.** La primera medida necesaria para recuperar el sentido común es activar bien las neuronas. Algo tan simple como planificar el menú semanal puede suponer un ahorro en nuestra economía de hasta el 30%. Es muy importante anotar en una libreta lo que prevemos consumir y ceñirnos a ello, intentando no superar esa frontera presupuestaria que nos hemos marcado para llegar a fin de mes. Cuantas más veces vayamos al supermercado en una semana debido a compras no previstas, más gastaremos. No sólo dinero, sino también tiempo y, si nos desplazamos en coche, gasolina. A la larga puede suponer una suma más que significativa. Los especialistas aconsejan que concentremos las compras en no más de uno o dos establecimientos. La dispersión de las compras provoca que el gasto final sea mucho mayor.

► **Comprar con cabeza.** Otro elemento que también facilitará la contención del gasto es conocer bien nuestro establecimiento de compra habitual. Una adecuada planificación de la ruta en el interior de la tienda, yendo directamente a los *lineales* y departamentos donde están los productos que realmente necesitamos, reduce el riesgo en gastos innecesarios. No está de más recordar que, evidentemente, los supermercados están diseñados para llevar al comprador por un recorrido lo más largo posible, de modo que las tentaciones sean múltiples, a la espera de que se produzca aquello que se conoce como la *compra por impulso* por las bien expuestas y atractivas ofertas. La buena música, el impactante diseño del establecimiento o un buen aparcamiento no sólo están pensados para la comodidad del consumidor, sino también para que éste compre más.

► **Compre relajado, atento y sin prisas.** Personalmente he tenido la oportunidad de analizar cómo el estrés o el hambre causan

	Tirada: <b>908.929</b> Difusión: <b>725.710</b> (O.J.D) Audiencia: <b>2.978.000</b> (E.G.M)	Sección: - Espacio (Cm_2): <b>174</b> Ocupación (%): <b>29%</b> Valor (Ptas.): <b>1.643.310</b> Valor (Euros): <b>9.876,49</b> Página: <b>93</b>	
	Nacional <b>Dominical</b> Semanal	<b>02/01/2005</b>	

### El ahorro en cifras

Si llevamos a cabo estas sugerencias, el impacto en el presupuesto puede suponer un ahorro en el trimestre que oscile entre los 300 y los 600 euros. Si este protocolo de actuación lo mantuviéramos a lo largo de todo el año, la cifra promedio estimamos que oscilaría entre los 1.200 y los 2.400 euros por familia de entre tres y cinco miembros. Evidentemente, esta cifra dependerá de la ciudad o zona en la que residamos y del gasto promedio realizado por la unidad familiar.

Si a ello añadimos medidas como el uso del transporte público en lugar del desplazamiento permanente en automóvil o la gestión inteligente del consumo de electricidad, agua o gas, podemos llegar a conseguir un ahorro adicional nada despreciable.

Vale la pena tenerlo en cuenta porque, en determinados casos, la cuesta de enero puede llegar a durar todo un año. ●

estragos a la hora de ir a comprar. Aquellos que van de compras agobiados, cansados, hambrientos o con prisas pueden llegar a gastar hasta el doble de lo que en realidad tenían pensado. En esas situaciones se calculan los precios con menos frecuencia y se tiende a ser más benevolente con los propios caprichos. La ansiedad nos pasa una cara factura.

► **Observe, pues le saldrá a cuenta.** No siempre sale más barato el envase mayor o que más abulta. A veces, los diseños engañan. Es conveniente fijarse bien en las etiquetas de las estanterías, y comparar los precios por gramo o mililitro, necesarios para hacer una evaluación objetiva. También merece la pena estar atento a las ofertas. Hay veces en que una compra en promoción puede suponer un ahorro de hasta el 50%. Sin embargo, antes de abalanzarse sobre ellas, llevados por el impacto del porcentaje de descuento prometido o de producto regalado, es conveniente sopesar el consumo que hacemos de ese producto, así como su fecha de caducidad. ¿Íbamos a adquirirlo? ¿Lo consumimos habitualmente? O por el contrario, ¿estoy simplemente adquiriendo una oferta de algo que no preciso? Hoy día, tanto las grandes marcas de toda la vida como los productos con la marca de los propios establecimientos ofrecen una buena relación calidad-precio. Las ofertas no siempre son necesarias para el ahorro. ●



Alex Rovira es licenciado en ciencias empresariales y MBA por Esade. Profesor en Esade, conferenciante y escritor, es autor de 'La brújula interior' y coautor de 'La buena suerte'. [www.alexrovira.com](http://www.alexrovira.com).