



Consumo y Bienestar Subjetivo

Dr. Abraham Aparicio Cabrera
Facultad de Economía, UNAM.

Facultad de Economía, UNAM
Ciudad Universitaria, D. F., México.
4 de Noviembre de 2010.

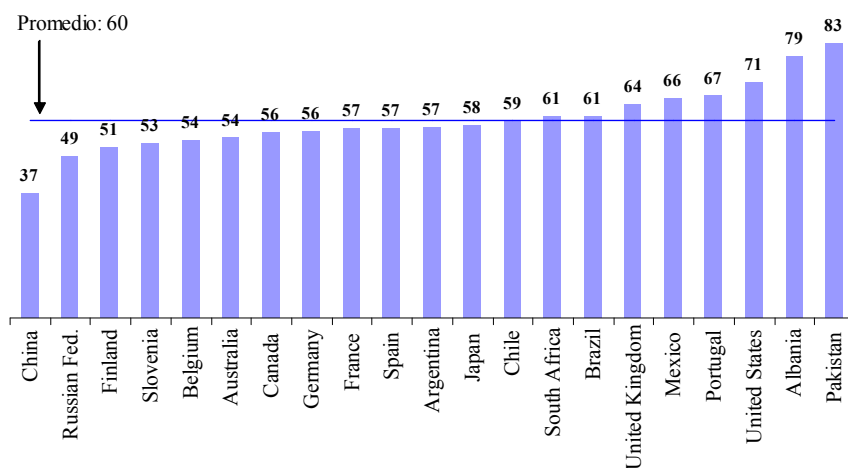
1. El Consumo

El gasto de consumo

- El consumo es el gasto que realizan los individuos y las familias para la adquisición de bienes duraderos, bienes no duraderos y servicios con el fin de satisfacer necesidades de todo tipo.
- La teoría microeconómica estudia la manera en que los individuos toman sus decisiones de consumo, suponiendo como dados sus gustos, su ingreso, los precios de los bienes y el tipo de interés.
- La teoría macroeconómica estudia la manera en que el gasto de consumo agregado contribuye al crecimiento económico, y su relación con otras variables agregadas importantes como el ahorro, el tipo de interés, el tipo de cambio, el comercio exterior, etc.
- El componente más importante y constante del crecimiento económico de una sociedad es el gasto de consumo privado.

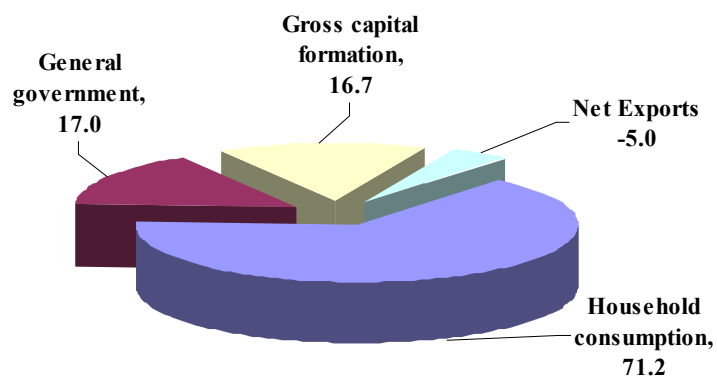
Consumo Privado, varios países, 2008

(Como % del PIB a precios corrientes nacionales)



Fuente: UN Data

Composición del Gasto Agregado en Estados Unidos, 2008
(Porcentajes a precios corrientes)



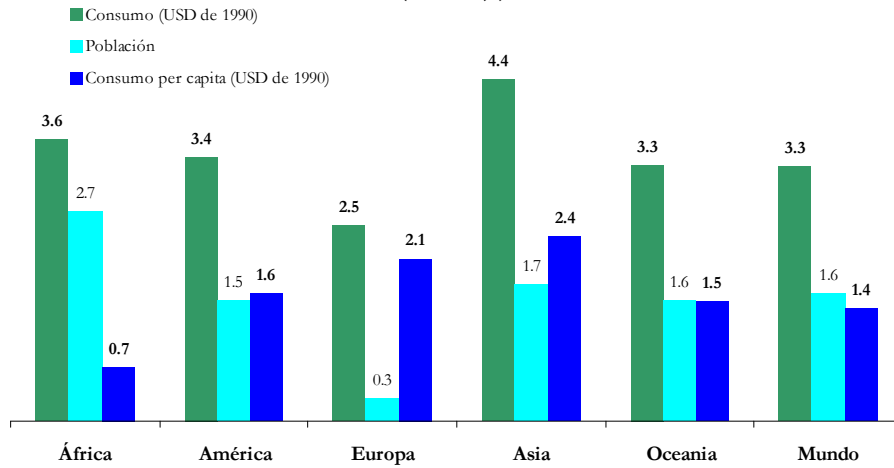
Fuente: UN Data

Crecimiento del gasto de consumo

- Desde la segunda mitad del siglo XX, el gasto de consumo de las familias ha crecido de manera sin precedentes tanto en países desarrollados como en países en desarrollo.

Tasa Media de Crecimiento Real Anual, 1970 - 2008

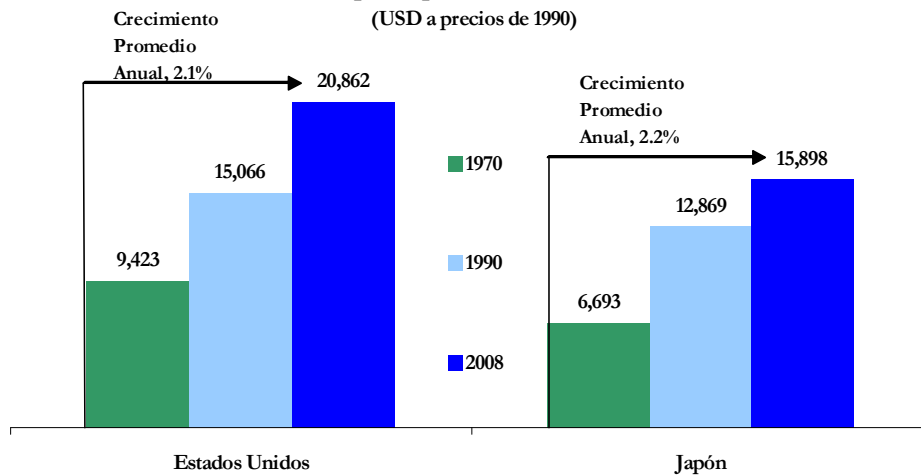
(Porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos de United Nations Statistics Division

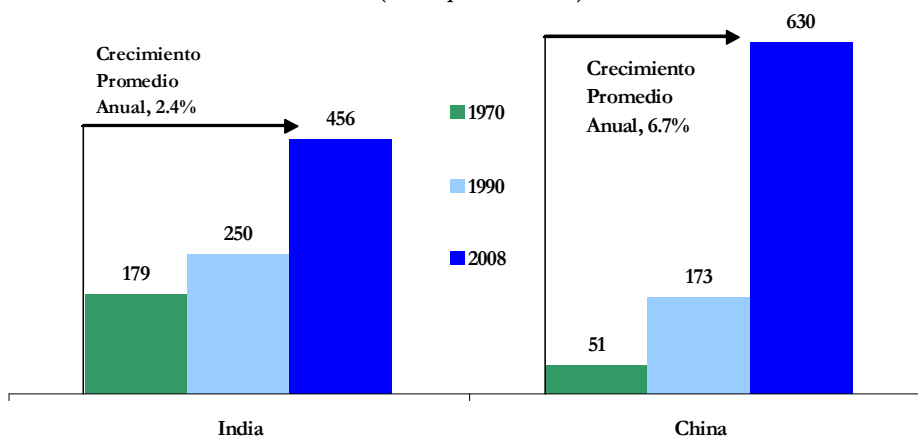
Consumo *per capita* Países Desarrollados

(USD a precios de 1990)



Fuente: Elaboración propia con datos de United Nations Statistics Division.

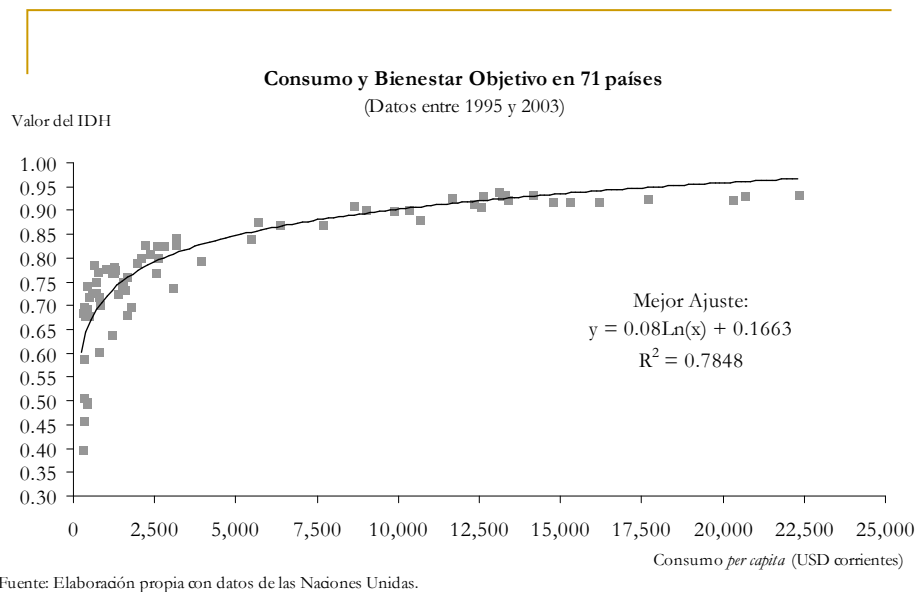
Consumo *per capita* Países en Desarrollo (USD a precios de 1990)



Fuente: Elaboración propia con datos de United Nations Statistics Division.

Consumo y bienestar material (objetivo)

- Este crecimiento espectacular del gasto de consumo ha ampliado las posibilidades de bienestar material o bienestar objetivo, aunque diversos factores (como la distribución de ingreso) han impedido que ese incremento del bienestar material se generalice a todos los países y ciudadanos del mundo.
- Desde 1990, el PNUD calcula el Índice de Desarrollo Humano (IDH), el cual es una síntesis de las condiciones educativas, sanitarias y económicas de la población de los distintos países. El IDH se considera una buena aproximación del bienestar objetivo.
- Existe una relación positiva pero decreciente, y estadísticamente significativa, entre el crecimiento del consumo y el IDH.



Una digresión

- La construcción del IDH no considera la sostenibilidad futura del proceso de desarrollo, ya que no se incorporan los costos ambientales (huella ecológica) en su cálculo.
- Es evidente que el modelo de desarrollo de los ciudadanos de los países ricos no puede ser replicado por el conjunto de la población mundial, debido a que el nivel de consumo de los recursos naturales de los países desarrollados no puede hacerse extensible al resto de los países.

2. El Bienestar Subjetivo

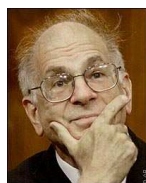
Dimensiones del bienestar subjetivo

- El bienestar subjetivo se refiere a lo que las personas piensan y sienten acerca de sus vidas y a las conclusiones cognitivas y afectivas que ellos alcanzan cuando evalúan su existencia:
 - La dimensión cognitiva se refiere al conocimiento, a la percepción y al saber de la satisfacción con la vida en su totalidad o por áreas específicas como la matrimonial o la laboral
 - La dimensión afectiva señala el ámbito de los sentimientos, la frecuencia e intensidad de emociones positivas y negativas.
-

Medición del bienestar subjetivo

- En la literatura contemporánea, el bienestar subjetivo se identifica con la felicidad y la satisfacción con la vida. Su cuantificación puede hacerse de dos maneras:
 - Medición de ondas cerebrales (felicidad objetiva) en la que se registra la actividad eléctrica o el flujo sanguíneo en diferentes partes del cerebro ante determinados estímulos positivos y negativos, por medio de instrumentos como el electroencefalograma, la tomografía de emisión de positrones o la imagen por resonancia magnética.
 - Encuestas (felicidad subjetiva) en las que se pregunta a la gente acerca de su percepción subjetiva de qué tan feliz es o qué tan satisfecho está con su vida.
-

Algunos investigadores de la relación entre bienestar subjetivo y economía



Daniel Kahneman
(Health and Well-Being Center,
Princeton)
Premio Nobel de Economía
2002, por sus trabajos en el
campo de la ciencia económica y
la psicología experimental.



Ruut Veenhoven
Erasmus University
Rotterdam



Richard Layard
London School of
Economics



Bruno Frey
University of
Zurich



Alois Stutzer
University of
Basel



Ed Diener
MIT



Richard Easterlin
University of Southern
California



Ronald Inglehart
University of Michigan

3. Consumo y Bienestar Subjetivo

3.1 La teoría:

- *El enfoque de la ética*
- *El enfoque multidisciplinario*

El enfoque de la ética

- A nivel teórico, la felicidad ha sido estudiada por filósofos de todos los tiempos a través de los enfoques de presunción e imputación.
 - Una gran variedad de doctrinas éticas abordan, de manera implícita la mayoría de ellas, la relación entre felicidad y la posesión de riquezas o bienes materiales.
 - Únicamente para fines de exposición, se pueden clasificar esas doctrinas éticas en tres grupos:
 - A) Las que atribuyen un peso significativo al consumo en la consecución de la felicidad,
 - B) Las que consideran que el consumo cumple una función más bien limitada o incluso nula.
 - C) Ética y consumo en la sociedad posmoderna
-

A) El consumo es importante para la felicidad

- **Escuela de los cirenaicos:** la felicidad es el sistema de los placeres. El consumo, por el hecho de proporcionar placer al saciar necesidades de la vida material, es un elemento no sólo permitido, sino incluso inherente, a la consecución de la felicidad.
- **Utilitarismo hedonista:** Para alcanzar la mayor felicidad es necesario sumar la mayor cantidad posible de satisfactores (bienes y servicios) porque ellos producen placer y/o evitan el dolor.



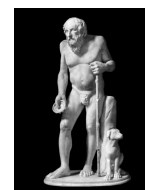
Aristipo de Cirene, (445 - 365 a.C.)



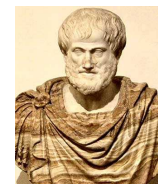
Jeremy Bentham, (1748-1832)

B) El consumo no es tan importante para la felicidad

- **Escuela de los cínicos:** la *antarquía* es una condición necesaria para alcanzar la felicidad. El consumo es un elemento que no aporta en nada a la felicidad.
- **Aristóteles:** La “eudaimonía” se encuentra en el ejercicio de la virtud, es decir, un término medio personal, determinado por la razón, entre dos vicios que son el exceso y el defecto (la falta de). El consumo es bienvenido siempre y cuando se ubique en un término medio personal entre el exceso y la carencia de bienes.



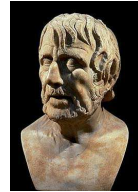
Diogenes de Sínope “El Cínico” (412 – 323 a. C.)



Aristóteles, (384 - 322 a.C.)

B) El consumo no es tan importante para la felicidad

- **Estoicismo:** Los bienes materiales deben considerarse como algo que la caprichosa fortuna puede arrebatar en cualquier momento, uno debe convencerse que puede vivir felizmente sin ellos. El consumo puede contribuir a la felicidad pero de manera muy limitada.
- **Epicuro:** la felicidad se consigue través de la *ataraxia* (estado de ausencia de temor, dolor, pena y preocupación). El sabio no debe suprimir los placeres del consumo sino ordenarlos aplicando la razón y la *phrónesis* (prudencia).



Séneca (4 a.C. - 65)



Epicuro (341-270 a.C.)

C) Ética y consumo en la sociedad posmoderna



Ulrike Knobloch

- Institut für Wirtschaftsethik-Universität St. Gallen
- Universität Freiburg Schweiz
- „Theorie und Ethik des Konsums. Reflexion auf die normativen Grundlagen sozialökonomischer Konsumtheorien“ (1994).

- Universidad de Valencia
- “Por una ética del consumo” (2002).
 - El consumo, cuando bien enfocado, puede convertirse en una excelente oportunidad de humanización.
 - Intenta orientar éticamente el consumo, proponiendo sugerencias para un consumo justo, libre, solidario y felicitante, a partir de las tesis de Amartya Sen.



Adela Cortina

El enfoque multidisciplinario

- La relación entre consumo y felicidad ha sido abordada desde una perspectiva teórica multidisciplinaria por filósofos, economistas, administradores, sociólogos, psicólogos, antropólogos y otros especialistas.
- La brecha entre la fantasía del mundo del consumo de placer perfecto que exhiben los medios de comunicación masiva, y la realidad, provoca un estado de frustración permanente (Richard Elliott, 1997).
- Las sociedades desarrolladas y en vías de desarrollo se caracterizan por patrones socio-culturales cuyo rasgo central es el consumo como medio para la felicidad personal y social (Robert E. Lane, 1991 y 2000).



Professor of Marketing and Consumer Research at Warwick Business School



Professor Emeritus of Political Science, Yale University

El enfoque multidisciplinario

- El valor de la realización personal derivada del consumo puede ser práctico y utilitario, pero también puede perder su carácter instrumental y cobrar sentido en sí mismo, volverse hedónico y momentáneo, y de esta forma, superficial y egocéntrico (Fernández, C., C. Macuer y C. Descouvieres, 1998).
- El consumo se sostiene sobre una capa de emotividad que lo convierte en la experiencia posmoderna más verdadera. El individuo se siente vivo, pleno y feliz en el consumo porque éste es la emoción (Adriana Gil, 2004).
- Los conceptos de bienestar o calidad de vida se han mitificado y sólo se les identifica según la mayor posesión de bienes de consumo; estamos dominados por la “hedomanía”, una búsqueda incesante de los pequeños y grandes placeres de comprar y consumir (Arturo Lomelí, 1997).



Carlos Descouvieres, Profesor de Psicología Social, Universidad de Chile

El enfoque multidisciplinario

- El goce inmediato, el vivir el presente, el hedonismo y el narcisismo son los valores triunfantes, establecidos en una cultura del exceso, de la sobreproducción y del gasto (Vicent Borrás, 2004).
- En la posmodernidad se pasa de un individualismo competitivo hacia un individualismo hedonista. Con la aparición y expansión del consumo de masa, la moral puritana cede el paso a los valores hedonistas, y el individuo se entrega al consumo, al tiempo libre y a las actividades que le producen placer (Josep Picó, 2002).
- Un alto grado de implicación en la actual cultura de consumo constituye para los niños una causa significativa de depresión, ansiedad, baja autoestima y problemas psicossomáticos. Una menor implicación en la cultura del consumo lleva a niños más sanos y felices (Juliet Schor, 2006).



Doctor en Sociologia,
Universitat Autònoma de
Barcelona



Professor of Sociology at
Boston College

El enfoque multidisciplinario

- No obstante la mayor disposición de bienes de consumo, sobre todo de bienes duraderos, el consumidor acaba por sentirse insatisfecho, aburrido, sumido en un tedio que sólo puede ser roto con más consumo lo que crea un círculo perverso de insatisfacción y consumo (Tibor Scitovsky, 1986, economista).
- Decepción derivada del consumo de bienes duraderos (Albert Hirschman, 1986).



(1910-2002)

London School of
Economics, Stanford,
Yale y California en
Santa Cruz.



Economics at Yale,
Columbia, Harvard and
Institute for Advanced
Study

El enfoque multidisciplinario

- En las sociedades hipermodernas existe la cultura de la ansiedad, la frustración y el desengaño. Para combatir esta decepción, las sociedades hipermodernas utilizan la incitación incesante a consumir, pero ello nos condena a vivir en un estado de insuficiencia perpetua, a desear siempre más de lo que podemos comprar, se nos tiene siempre insatisfechos, amargados por todo lo que no podemos permitirnos (Gilles Lipovetsky, 2008).
- Conforme la tecnología progresó los bienes de consumo se separaron de su contexto de producción y llegan a ser instantánea y fácilmente disponibles, el consumo se convierte en un disfrute sin cargo. La libertad toma la forma de desbordamiento y la prosperidad la forma de disponibilidad ilimitada de bienes de consumo. Después de cada episodio de sobreconsumo nos sentimos derrotados y abatidos, y prometemos moderación y autodisciplina. Pero no pasa mucho tiempo para que nuestro deseo retorne y nos consentimos a nosotros mismos otra vez” (Albert Borgmann, 2000).



Filósofo francés



Ph.D. University of Munich, University of Montana

3. Consumo y Bienestar Subjetivo

3.2 La evidencia empírica:

- *Datos agregados a nivel país*
- *Estudios de panel*

Datos agregados a nivel país

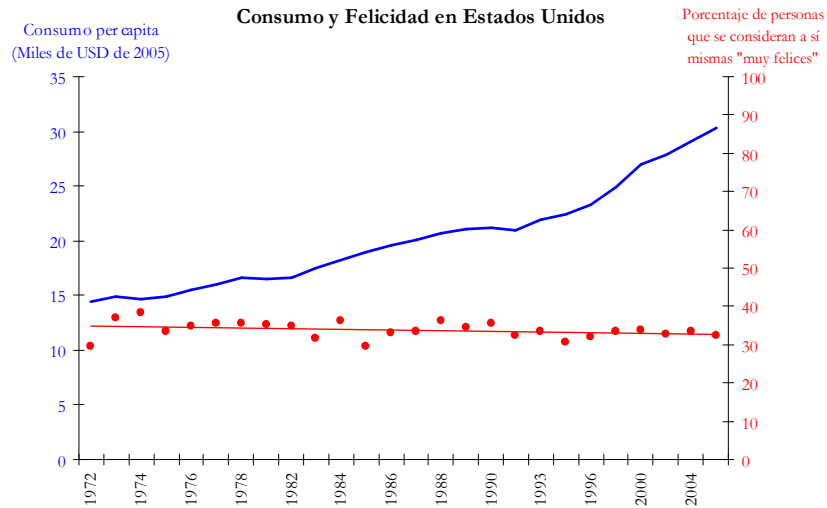
- Correlaciones con datos a nivel país:
 - Un país a lo largo del tiempo (corte longitudinal)
 - Un conjunto de países en un momento dado del tiempo (corte transversal)
- Estas pruebas arrojan dos resultados:
 - Una incidencia ambigua del consumo sobre la felicidad y sobre la satisfacción con la vida, reflejando la llamada “paradoja de Easterlin” (originalmente encontrada respecto al ingreso)
 - El ingreso (y por tanto el consumo) tiene rendimientos marginales decrecientes sobre el bienestar subjetivo.
- Esto sugiere que los aumentos en el gasto de consumo de los estratos más bajos de ingreso tienen una fuerte incidencia sobre el aumento de la felicidad y de la satisfacción con la vida, en tanto que el aumento del consumo para estratos de ingreso más altos sólo ejerce una influencia limitada sobre el bienestar subjetivo. (Inglehart, 1997; Easterlin, 1995 y 2001)

Consumo y satisfacción con la vida en el tiempo: un país



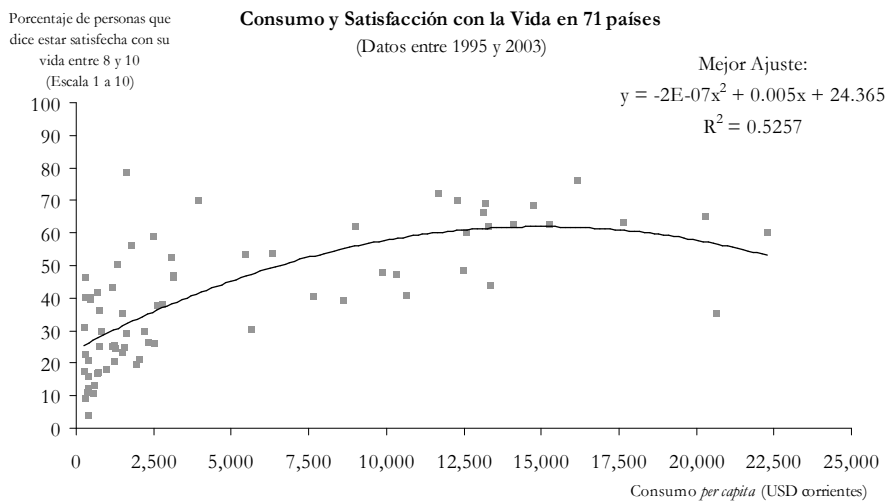
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Mundial de Valores y Bureau of Economic Analysis, National Economic Accounts.

Consumo y felicidad en el tiempo: un país



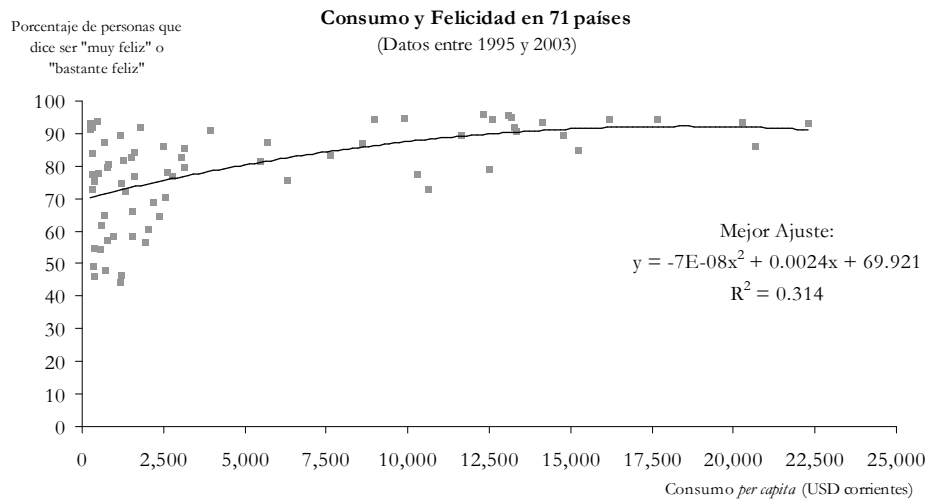
Fuente: Elaboración propia con datos de National Opinion Research Center (NORC) *General Social Survey*; y Bureau of Economic Analysis, National Economic Accounts.

Consumo y satisfacción con la vida en un momento dado, varios países



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Mundial de Valores y de las Naciones Unidas.

Consumo y felicidad en un momento dado, varios países



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Mundial de Valores y de las Naciones Unidas.

Estudios de panel

- Estudios con base en cuestionarios aplicados a una muestra de individuos de ciertas localidades de un país.
- Una relación de 26 estudios de la World Database of Happiness:
 - Veenhoven, R.: Findings on POSSESSIONS; Correlational Findings. Internet: worlddatabaseofhappiness.eur.nl, Erasmus University Rotterdam, 2008, Netherlands.

Estudios relativos a posesiones y bienestar subjetivo				
No	Autores	País	Variable(s) utilizadas	Incidencia
1	Beise, M. (1974)	Canadá	Riqueza material	Positiva
2	Campbell, A. (1981)	USA	Satisfacción con el nivel de ahorro	Positiva
3	Diener, Horwitz y Emmons (1985)	USA	Riqueza neta mayor a 125 millones de dólares	Positiva
4	Jol, C. (1985)	Holanda	20 bienes caros	No Sig.
5	Gordon, R. M. (1975)	USA	Guardarropa de moda y lujos	Positiva
6	Wilkening y McGranahan (1975)	USA	15 bienes	No Sig.
7	Warr (1978)	Reino Unido	Ansiedad, deudas financieras	Negativa
8	Schulz, Költringer, Norden y Tüchler (1985)	Austria	Automóvil	Positiva

Estudios relativos a posesiones y bienestar subjetivo				
No	Autores	País	Variable(s) utilizadas	Incidencia
9	Bradburn (1969)	USA	Posesiones en general	No Sig.
10	Mollenkopf y Kaspar (2005)	Alemania	Comodidades en el hogar	No Sig.
11	Boelhouwer y Stoop (1999)	Holanda	Automóvil, artículos de diversión, de vacaciones, electrodomésticos	Positiva
12	Kainulainen (1998)	Finlandia	Deudas fuertes y bancarrota durante el año pasado	Negativa
13	Ventegodt (1995 y 1996)	Dinamarca	Bienes de consumo duradero	Positiva
14	Morawetz (1977)	Israel	teléfono y automóvil	No Sig.
15	Cummins, Eckersley, Lo, Okerstrom, <i>et al.</i> (2004)	Australia	Créditos, deudas	Negativa, No Sig.
16	Cummins, Eckersley, Lo <i>et al.</i> (2004)	Australia	Posesiones en general	Positiva

Estudios relativos a posesiones y bienestar subjetivo				
No	Autores	País	Variable(s) utilizadas	Incidencia
17	Headey, Muffels y Wooden (2005)	Australia	Ingreso y riqueza neta	Positiva
18	<i>Idem.</i>	Alemania	Ingreso y riqueza neta	Positiva
19	<i>Idem.</i>	Gran Bretaña	Ingreso y riqueza neta	Positiva
20	<i>Idem.</i>	Hungría	Ingreso y riqueza neta	Positiva
21	Headey y Wooden (2004)	Australia	Casa, negocios, inversiones, vehículos	Positiva
22	Howell, Howell y Schwabe (2006)	Malasia	Riqueza material y ahorros	Positiva
23	HILDA (2003)	Australia	Riqueza total	Positiva
24	Kullberg (2007)	Holanda	Jardín en casa y fuera de casa	Positiva
25	Mollenkopf <i>et al.</i> (2004)	Europa	Automóvil	No Sig.
26	Moller (2007)	Sudáfrica	Televisión, radio, automóvil, libros, teléfono, celular	Positiva

Estudios de panel

- Oropesa (1995): la acumulación de bienes de consumo y la “pasión por lo nuevo” están correlacionados positivamente con el bienestar subjetivo. [DDB Needham Worldwide’s 1989 Life Style Study, n = 4027]
- Layard (2005): la situación financiera es el segundo factor más importante para la felicidad. [US General Social Survey, n = 19,000]
- Lu y Shih (1997): la posesión de satisfactores materiales es el tercer factor más importante para la experiencia interna de la felicidad. [Kaohsiung, Taiwan, n = 26]
- MacDonald y Douthitt (1992): si se gasta menos, manteniendo el ingreso constante, se puede mejorar la satisfacción o la felicidad. [Basic Needs Study University of Wisconsin, n = 1,816]
- Ozawa y Hoffstetter (2004): patrones de consumo más moderados pueden incidir positivamente en el bienestar subjetivo. [Japanese Panel Survey of Consumers (JPSC) n = 1,537]

Otra digresión

Aspiraciones de consumo y bienestar subjetivo (estudios de panel):

- Crawford *et al.* (2002): para ser feliz se debe desear sólo aquello que está dentro de las posibilidades de ingreso.
 - Bruni y Stanca (2006): un aumento de las aspiraciones de consumo, producido por la publicidad y los programas en la televisión, reduce el efecto positivo que tiene un aumento del ingreso sobre la felicidad
 - Karlsson *et al.* (2004): la satisfacción derivada de aumentos en el consumo decrece conforme aumenta el nivel de aspiraciones.
 - Senik (2006): aspirar a un consumo mayor aporta felicidad, aún en el caso en que no se puedan alcanzar dichas aspiraciones.
-

4. A manera de conclusión

-
- Es un tema en pleno desarrollo, tanto a nivel teórico como a nivel de estudios empíricos, en instituciones de Estados Unidos y Europa, principalmente.
 - Pocos investigadores en universidades mexicanas trabajan el tema (Dr. Mariano Rojas, FLACSO-México).
 - Es un tema sugerente para tesis de licenciatura o para proyectos de investigación de maestría y doctorado.
-

Gracias por su atención

Comentarios pueden ser enviados a:
aaparicio@economia.unam.mx
