



# COMPRAS para ser *feliz*

## ¿Cuánto aporta el consumo a la felicidad?

Vas al centro comercial y experimentas un deseo incontrolable de comprar zapatos; decides hacerlo y sales del almacén contento, sin importarte las consecuencias de tipo económico. Probablemente eres una de las personas que asocian la felicidad con la compra de artículos.

El consumo es fundamental para nuestra civilización; ha sido el motor de nuestra economía y permite satisfacer nuestras necesidades cotidianas. Sin embargo, muchas personas le han dado con el tiempo, un valor adicional como fuente de placer y felicidad.

Al preguntar a los consumidores acerca de este aspecto emocional, los economistas revelan que algunas personas consideran que comprar bienes no les produce ese efecto.

“Eso dicen las encuestas —comenta Abraham Aparicio Cabrera, investigador de la Facultad de Economía de la UNAM—, pero cuando uno les pregunta o revisa sus hábitos de consumo en la vida cotidiana, parece que la gente sí considera que el consumo da la felicidad. Y eso lo vemos en temporadas como la navideña durante la fiebre consumista”.

Aunque todo depende del concepto personal de felicidad y de los medios que se tengan para comprar. “Alguien con ingresos suficientes para alcanzar sus aspiraciones de consumo, podrá sentir efectos positivos al gastar; por el contrario, quienes tienen limitaciones es probable que experimenten frustración, tristeza, e incluso, depresión.

**“La felicidad para mí consiste en gozar de buena salud, en dormir sin miedo y despertarme sin angustia”.**  
**Françoise Sagan, escritora francesa (1935-2004).**

El consumo representa entre el **65 y 70%** del Producto Interno Bruto (PIB) de México.

## GASTAR CON INTELIGENCIA

- Nunca vayas al supermercado con hambre porque puedes comprar más. Si tu estómago está satisfecho, podrás valorar mejor qué tan necesarios son los productos que deseas adquirir.
- Si estás deprimido o con ideas obsesivas, es más fácil caer en la tentación de comprar.
- Un consumidor que compara calidad y precio piensa en invertir antes de gastar.
- Consulta esta y otras recomendaciones de la PROFECO para ser consumidores inteligentes ([www.profeco.gob.mx](http://www.profeco.gob.mx))

## ¿CÓMO GASTAMOS LOS MEXICANOS?

El fin de año es la época en la que se realizan más compras, tanto en México como en la mayoría de los países; muchas de estas no necesariamente satisfacen necesidades de nuestra vida material, sino que llegan al consumismo, es decir, una conducta que delata un consumo aspiracional, competitivo y hasta exhibicionista, como ha registrado el economista Abraham Aparicio.

“He visto casas mal construidas en algunas zonas de México, sin embargo, no falta la pantalla plana o los celulares; esto refleja que en muchas ocasiones, cuando hay un ingreso adicional algunas personas prefieren consumir un producto de moda en lugar de cubrir necesidades urgentes, como sería mantener la construcción que habitan en mejores condiciones”.

Uno de los efectos de las compras innecesarias -esas que realizamos por impulso y luego nos generan culpa- es la degradación ambiental de nuestro planeta, pues si todos los países quiéramos seguir el patrón consumista de Estados Unidos, por ejemplo, no nos alcanzaría la Tierra para conseguirlo. “Es cierto que a mayor consumo, hay mayor producción y más empleo en un país, por eso es bueno incentivarlo”, agrega el también profesor. Pero la otra cara de la moneda es cómo se financia ese consumo en México, en donde una familia percibe en promedio entre 4 y 5 salarios mínimos.

“Somos un país de bajos ingresos, por lo que patrones de consumo muy elevados demandan otras fuentes de financiamiento y básicamente, se recurre al crédito. El problema es que las familias acaban endeudadas, porque su ingreso no les permite alcanzar el consumo que pretendían. Y si la gente no paga el crédito, los bancos tienen carteras vencidas y eso afecta la economía nacional”. Si este es tu caso, valdría la pena cuestionarte si tu patrón de consumo durante la época decembrina está reduciendo tu felicidad, en vez de alimentarla.

Texto: Claudia Juárez  
Diseño: Adolfo González



Esríbenos a [cienciaunam@unam.mx](mailto:cienciaunam@unam.mx)  
o llámanos en el D.F. al 5622-7303

