Consumo virtuoso, consumo inteligente

5 de noviembre de 2010

Hemos vivido por encima de nuestras posibilidades y ahora toca apretarse el cinturón. Antonio Argandoña nos brinda en una guía las claves del consumo virtuoso en todas las facetas de la vida.

No importa cuántas veces haya ocurrido ya: el *crack* del 29, las *puntocom*, la crisis japonesa... Las burbujas económicas se repiten cíclicamente y, aun así, parece que siempre nos cogen desprevenidos. Pero podemos protegernos, y quizá evitarlas, empleando nuestros recursos con sentido común. No se trata de vivir con lo mínimo o de apretarse el cinturón cuando toca purgar pecados. Ser frugal es una virtud que se cultiva toda la vida, consumiendo siempre lo justo y racional. Se trata de satisfacer nuestras necesidades, pero sin olvidarnos de los demás: nuestros hijos, nuestros vecinos, la sociedad. Así lo explica el profesor del IESE Antonio Argandoña en "Frugalidad", un documento que repasa la teoría de la acción humana para definir técnicamente el consumo virtuoso.

De la teoría a la práctica

La teoría de la acción humana es el marco teórico que define los pasos que seguimos, consciente o inconscientemente, siempre que hacemos algo. Imaginemos una pareja que camina por la calle, Juan y Ana. Juan tiene sed, así que puede parar a beber algo (consumir) o continuar (ahorrar dinero y tiempo). A su vez, ambas opciones abren un nuevo abanico de posibilidades: qué bebida elegir, en qué establecimiento entrar, etc.

©IESE Business School

Éste es el punto de partida de toda acción: la necesidad, el problema, la situación que consideramos insatisfactoria. De ahí se pasa al deseo de cambiarla y a la deliberación. Así que nuestro amigo Juan considera las alternativas posibles, calcula o analiza los efectos de cada una, establece con qué criterios va a juzgar estos resultados y finalmente las evalúa.

Juan continuará su proceso con la cadena de decisión-ejecución-resultados-evaluación (¿era todo como se esperaba?, ¿ha habido sorpresas negativas?) y corrección, si procede. El análisis es más profundo de lo que parece a simple vista. Lo que haga Juan no le concierne sólo a él, también a los que lo rodean. Si, por ejemplo, decide tomar algo en una terraza, Ana tendrá que detenerse con él y un camarero deberá atenderle. Así, toda acción produce tres tipos de efectos:

- **Extrínsecos:** la respuesta del entorno hacia el sujeto. En el caso de Juan, el placer que le proporciona el refresco escogido. Si una persona busca este tipo de efecto, se dice que actúa por motivación extrínseca.
- **Intrínsecos:** los efectos interiores sobre el protagonista. Por ejemplo, el beneficio o aprendizaje que supone probar una bebida nueva. La motivación asociada es la intrínseca.
- **Externos:** se dan en las personas que rodean al sujeto. Por ejemplo, la posible satisfacción de Ana por descansar o la del camarero por tener un cliente. En este caso, se habla de motivación trascendente.

Estos efectos pueden cambiar las preferencias de Juan y su capacidad de llevar a cabo otras acciones en el futuro. Tomar algo ha calmado su sed, pero si a Ana le ha molestado parar, es menos probable que lo repita en el próximo paseo.

Tarde o temprano, Juan entenderá que sus acciones deben ser consistentes. No se enfrenta a una sucesión de decisiones independientes, sino a una continuo de dilemas con unidad y sentido. Así, toda acción debe ser evaluada con tres criterios:

- **Eficacia:** la satisfacción de los efectos extrínsecos.
- **Eficiencia:** el beneficio que producen los efectos intrínsecos.
- **Consistencia:** el cambio generado por la acción en los otros sujetos implicados, que determina si será más fácil o difícil tomar de nuevo ésta u otras decisiones.

El consumo responsable

¿Cómo consumir? La respuesta a esta pregunta es muchas veces evidente. Por ejemplo,

©IESE Business School

sabemos que no podemos beber una cerveza cada vez que tengamos sed por mucho que nos guste. Inconscientemente, nos guiamos por la teoría de la acción humana: moderamos nuestro consumo para no dañar nuestra salud.

Consumir responsablemente, incluso virtuosamente, no es más que aplicar este modelo teórico a todas nuestras acciones. Una decisión es técnica y éticamente correcta cuando es eficaz (calma la sed), eficiente (aporta experiencias) y consistente (no perjudica la capacidad del sujeto, ni la de otros, de tomar en el futuro más decisiones eficaces, eficientes y consistentes).

Las virtudes (capacidad de autocontrol o autogobierno, capacidad de querer sólo lo que nos conviene) son los mecanismos que permiten superar las motivaciones espontáneas o no razonadas.

La frugalidad es, por tanto, satisfacer nuestras necesidades al tiempo que dejamos espacio a otros objetivos. Por ejemplo, ahorrar hoy para disponer de recursos en el futuro, disfrutar del consumo sano, dejar una herencia. Una persona frugal toma decisiones pensando en la sostenibilidad de su nivel de vida, la estabilidad de los suyos o en su capacidad de seguir aprendiendo en el futuro. No se trata de consumir cada día menos, sino de hacerlo cada día mejor. Antonio Argandoña añade, además, que una persona es virtuosa cuando toma sus decisiones pensando en los demás, aunque éstos no se lo reconozcan o se haya equivocado.

La frugalidad, como virtud, no es innata. Requiere esfuerzo y siempre puede potenciarse. Es un ejercicio continuo, donde la repetición de actos cambia paulatinamente la regla de decisión y la apreciación de las alternativas. Aunque la persona frugal tiene las mismas necesidades que el resto, sus deseos son diferentes: ve posible lo que los demás no ven. La lista de argumentos e implicaciones es extensa, ya que la frugalidad no es sólo consumo informado, sino un estilo de vida.

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School