

Fuente: Estudiantes UDLAP

Fecha: 1 de diciembre 2020

Happy Money

Autora: Karen Hermida Ladrón de Guevara. Estudiante UDLAP, miembro destacado del Programa de Honores, a través del proyecto de investigación: Neurociencia, Economía conductual, y cultura del altruismo y la empatía.

Elizabeth Dunn y Michael Norton ponen a prueba el famoso dicho “*money can’t buy happiness*” en su libro *Happy Money: The New Science of Smarter Spending*, donde proponen los siguientes cinco conceptos para obtener la máxima felicidad de cada compra, ya sea pequeña o grande.

1. Compra experiencias, no cosas.

Estudios indican que individuos que gastan más de sus ingresos en experiencias, como por ejemplo viajes, espectáculos o tal vez alguna cena en un restaurante reconocido, experimentan más satisfacción y felicidad en general que los que gastan más en cosas materiales. Esto es en parte porque las experiencias nos hacen conectar más con otras personas, pues después de un viaje seguro regresaremos con más de una anécdota que contar. Al hacer un recuento de los mejores momentos de nuestra vida, las experiencias siempre sobresalen más, comparadas a las compras materiales. Por lo tanto, esos miles de dólares que gastaste en tu viaje de vacaciones de verano, terminaran provocando una mayor satisfacción que incluso la compra de tu casa. El problema de las cosas materiales, es que cuando por fin tenemos lo que queremos, nos damos cuenta que hay algún producto mejor, y es un círculo vicioso en el que nunca estamos satisfechos. Es importante también, saber qué tipo de experiencia es la que vale tu dinero, pues según los expertos, una experiencia que te brinda una conexión social, que produce una memoria digna de contar, que está relacionada con tu sentido de identidad, y que provee una oportunidad única e incomparable, es aquella que te brindará la mayor felicidad. La satisfacción que brinda una compra experiencial suele incrementar a partir del momento de la transacción, mientras que la de una compra material suele disminuir.

2. Hazlo un lujo

El segundo concepto trata el hecho de lo habituales que se pueden llegar a convertir algunas compras, tanto que nos acostumbramos a ellas, lo cual evita el aumento de felicidad que pudieran provocarnos. En el libro hacen referencia a un estudio en el que diversos individuos expresaban su grado de satisfacción al manejar, y los resultados indicaron que todos presentaron el mismo nivel, el cual no era muy alto, independientemente de si manejaban un automóvil de lujo o uno más sencillo. Es por esto que empresas de renta de autos de lujo han tenido éxito, pues al tener la oportunidad de manejar un Ferrari y saber que no durará para siempre nos hace apreciarlo más. Otro ejemplo es evidente con los impuestos que impone el gobierno a ciertos artículos; aunque no nos guste tener que pagar más al comprar una cajetilla de cigarrillos o alcohol, si fueran más baratos la gente los consumiría más y los disfrutaría menos. El elemento de novedad es el que nos brinda satisfacción a la hora de comprar algo, por eso si convertimos estas compras en una especie de premio en vez de parte de nuestra rutina, la felicidad que provocarán será maximizada. La mayoría

no se da cuenta, pero los pequeños gustos como un café por la mañana o tu comida favorita son los que brindan una fuente más pura de satisfacción.

3. Compra tiempo

El tercer consejo sugiere que el dinero puede comprar tiempo si sabemos gastarlo correctamente. Es muy común que sacrifiquemos nuestro tiempo por ahorrar un poco de dinero, sin embargo, estudios revelan que las personas con más dinero no pasan su tiempo de manera más placentera en su vida diaria. Desde siempre el tiempo se ha visto como un activo muy valioso del cual nunca se tiene lo suficiente. Pero contrariamente a lo que uno pensaría, el mantenerse ocupado, específicamente en obras de ayuda hacia el prójimo, da la ilusión de poseer más tiempo libre ya que causa un sentimiento de productividad. Es muy común que el viaje de casa al trabajo sea excesivamente largo, sin embargo, la gente lo hace con tal de vivir en una zona más barata, y tener un trabajo mejor pagado. Una investigación revela que esta gente tiene menos felicidad en general, que las personas que pasan menos de su tiempo en el viaje de su casa al trabajo, aunque su salario sea mucho menor. Es con ejemplos como este que los autores plantean la idea de comprar teniendo en cuenta cómo los productos afectan la manera en la que gastas tu tiempo. Por ejemplo, la televisión es algo que nos quita el tiempo libre sin siquiera darnos cuenta, y que no nos deja mucha satisfacción a cambio. De manera contraria, el salir con amigos y gastar en alguna cena o reunión, es dinero que si nos genera satisfacción y un sentido de conexión. Una vez que nos concentramos más en cómo gastamos nuestro tiempo, en vez de nuestro dinero, es más fácil usar ambos recursos en maneras que nos harán más felices.

4. Paga ahora, consume después

Básicamente, es todo lo contrario a una tarjeta de crédito. Aunque hay ocasiones en las que verdaderamente es conveniente hacer compras a crédito, está comprobado que la preocupación y el estrés que causan las deudas son mucho mayores que la satisfacción que provoca la compra en sí. Pero si se revierte este mecanismo, es decir, si se paga hoy, y se consume mañana, la satisfacción es maximizada. La mayoría de los estudiantes prefieren un viernes a un domingo, porque, aunque aún están en clases, el tan solo imaginar todo lo que harán el resto del fin de semana les provoca alegría, en cambio el domingo lo único que pueden pensar es en todo el trabajo que tendrán durante la semana. Birchbox, una compañía de cosméticos, manda a sus miembros una caja con muestras de los productos más novedosos para la piel una vez al mes por diez dólares. Los clientes no tienen idea de que productos recibirán, y esto es justo lo que los mantiene contentos. El elemento de incertidumbre produce la mayor satisfacción, además de que lo único por lo que se tienen que preocupar es por qué les llegue el paquete a sus casas, ya que lo pagan a principios de mes, o pueden incluso pagar por adelantado todo el año. La decisión de pagar antes y consumir después, aumenta el placer de la compra, ya que da la oportunidad de desarrollar expectativas positivas durante el tiempo de espera.

5. Invierte en los demás

Warren Buffet, icono inversionista, se comprometió a dar el 99% de sus ganancias a la caridad y expresa que “no podría estar más feliz” con su decisión. El dar dinero puede ser igual de placentero que obtener más de éste. Incluso en países en pobreza extrema, en un estudio se concluyó que las personas se sienten mejor cuando dan su dinero a alguien que lo necesita más que ellos mismos, en el mayor de los casos para tratar problemas de salud. Según los autores, para maximizar la felicidad

de invertir en otros se tienen que cumplir tres cosas. Primero, tiene que ser por decisión propia. Las organizaciones deben captar la atención de posibles donadores y hacerles sentir que es completamente su decisión ayudar con alguna aportación, pues si hacen esto es probable que la gente incluso done cantidades mayores. En segunda, estas inversiones deben provocar un sentimiento de conexión con las personas. Por ejemplo, cuando se hacen donaciones de despensas para personas de escasos recursos y se entregan personalmente, es inevitable sentir cierta conexión con la gente, aun cuando son extraños. La tercera y última condición es que la inversión tenga un impacto. Al donar cualquier monto de dinero a alguna ONG, por ejemplo, es satisfactorio ver el impacto positivo que provoca en la sociedad, e incluso nos hace percibir que tenemos más dinero.

Claramente el concepto de felicidad puede ser muy subjetivo, y hay diferentes formas de medirla. Pero el dinero es algo constante que queramos o no, forma parte de la vida diaria y es básicamente la sustancia que hace real al mundo. Contrario a lo que comúnmente se piensa, el dinero *sí* puede hacerte más feliz siempre y cuando sepas cómo usarlo. Estos cinco conceptos pueden verse como cosas muy sencillas o tal vez hasta obvias, y sin embargo se nos olvidan totalmente a la hora de hacer cualquier compra o decidir cómo pasar nuestro tiempo. Es necesario recordar constantemente que el mundo no está hecho solo de cosas materiales y replantearnos si de verdad nuestro patrón de consumo nos brinda la mayor satisfacción.

Acerca de la autora:

Karen Hermida Ladrón de Guevara es estudiante de tercer semestre en la carrera de Banca e Inversiones en la Universidad de las Américas Puebla, donde colabora activamente con el proyecto de investigación: “Neurociencia, Economía Conductual y Cultura del Altruismo y la Empatía”. Nacida en la ciudad de Xalapa, Veracruz el día 25 de noviembre del 2000, reside en el puerto de Veracruz con sus padres y su hermano menor. Actualmente se encuentra muy satisfecha con su experiencia en la universidad y su carrera le es de gran agrado. Tiene una especial inclinación hacia temas como la economía conductual y la psicología en el entorno económico en general. Escogió esta carrera porque en sus últimos años de preparatoria se dio cuenta que le interesaban mucho la economía y las finanzas, y al ver el plan de estudios de Banca e Inversiones se enamoró de la carrera.

Tags: Karen Hermida Ladrón de Guevara, Elizabeth Dunn, Michael Norton, “money can’t buy happiness”, experiencias, lujo, tiempo, Happy Money: The New Science of Smarter Spending, consumo, inversión