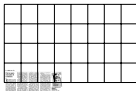
		Tirada: 31.193 Difusión: 12.898 (O.J.D) Audiencia: 15.143	Sección: Economía Espacio (Cm_2): 189 Ocupación (%): 24% Valor (Ptas.): 179.344 Valor (Euros): 1.077,88 Página: 58	
Nacional Diaria	Economía 26/11/2003			Imagen: Si

EL LIBRO DEL DÍA

Claves para entender el consumo

S. C.

ESTE libro es el resultado de seis años de investigación del gabinete *think-tank* al que pertenece su autora, Melinda Davis. Bajo el nombre Proyecto Deseo Humano, un equipo de trabajo llevó a cabo un curioso experimento, con el objetivo de analizar el estado actual de las necesidades y deseos humanos. El estudio, que pretende ayu-

dar a las empresas a conectar mejor con sus clientes y a los individuos a ser más felices, ha constatado una transformación radical en los deseos de los ciudadanos.

La obra asegura que las necesidades físicas hace tiempo que dejaron de formar parte de nuestras prioridades y ahora los habitantes del siglo XXI buscan la felicidad mental y, por tanto, los hábitos de consumo y de vida son un reflejo de ello.

En palabras de Melinda Davis, presidenta y fundadora de *The Next Group*, un *think-tank* estratégico de Nueva York especializado

en estudiar las tendencias del futuro, "la mayoría de nosotros no tenemos ni idea de lo que realmente queremos. Sabemos que queremos *algo*, y lo queremos con gran vehemencia y pasión, incluso con ferocidad. Pero no se tiene la impresión de que podamos averiguar de qué se trata".

Davis destaca que la dinámica del deseo humano ha cambiado. "Es un cambio imprevisto que nos ha cogido de sorpresa y sin estar preparados", indica. La felicidad mental se impone al dinero y al poder. Y eso se refleja en nuestros hábitos de

consumo y en nuestra forma de vivir.

Siguiendo las tesis de Davis, actualmente las decisiones de compra de los consumidores se basan no tanto en el rendimiento que ofrecen los productos y su relación precio/calidad sino también, y más importante, en la felicidad espiritual que les proporcionan. Desde las relaciones personales hasta las empresariales, este libro ofrece un enfoque revolucionario de lo que mueve a las personas a comportarse como se comportan, a averiguar lo que quieren y por qué lo quieren.



¿Por qué deseamos lo que deseamos?
Melinda Davis.
Ediciones Urano.
Barcelona. 2003. 333
páginas. Precio: 17 euros.