



Decrecimiento y lentitud

Terminé hace unos días [“Menos es más”](#), el título de la versión castellana del libro de **Nicolás Ridoux** sobre la **filosofía del “decrecimiento”**, que critica la desmesura del “cada-vez-más”, e invita al lector a convertirse en “objeto del crecimiento”.

El tema me interesa bastante, porque plantea una mirada alternativa al pensamiento único que difunden los medios y que hemos dado siempre por sentado.

Por añadidura, las críticas que he ido leyendo hacia la **obsesión por el crecimiento** me han llevado a un territorio contiguo, a descubrir y a reflexionar sobre temas conexos como el del **culto a la velocidad**, y su corolario, la innovación continua o Beta perpetuo.

En mi búsqueda encontré el libro [“Elogio a la lentitud”](#), de **Carl Honore** (RBA Libros), que explica los fundamentos del llamado **“Movimiento Slow”**, según el cual la lentitud no tiene que ver con la ineficacia sino con el equilibrio: actuar con rapidez cuando tiene sentido hacerlo, pero ser lentos si es lo que resulta

Por: Amalio A. Rey

más conveniente.

Así que este artículo va en sentido contrario a lo que uno supone que debe aconsejar un consultor: 1) En lugar de “crecer”, contemple la posibilidad de “decrecer”, 2) En vez de buscar más “velocidad”, piense en “ralentizar” su marcha.

Mientras escribo me doy cuenta que tengo más preguntas que respuestas, porque integrar conceptos como **“lentitud”** o **“decrecimiento”** en la lógica de pensamiento de un consultor de innovación (y más el primero que el segundo) se antoja un desafío complicado, pero que intuyo vale la pena, como mínimo para ejercitar el espíritu crítico.

El afán de crecimiento crónico en la empresa

El mundo de la empresa ha elevado a categoría de dogma la necesidad del continuo crecimiento. La consigna ha sido siempre: *“tienes que crecer, si no creces es mal síntoma, estás perdido”*.

Así es como tantas empresas, buscando el crecimiento perpetuo, terminan llegando a su tamaño de incompetencia o acelerando un crecimiento rápido que esconde multitud de pecados.

Me gusta mucho la distinción que hace **Julen Iturbe** cuando afirma que *“una organización que **crece** puede que no se **desarrolle**. No son verbos que quieran decir lo mismo. **Crece** es **cantidad**, **desarrollarse** es **calidad**”*.

Así que podemos concluir que una empresa puede “desarrollarse”, crecer en calidad, sin que para ello sea un requisito aumentar el número de empleados y/o su facturación

A estas alturas parece una obviedad, pero no lo es, porque ahí seguimos viendo a las Escuelas de Negocio, y a los analistas del mercado, dando la lata con el imperativo de crecer y criticando a los modelos de emprendimiento que optan genuinamente por mantener un tamaño mínimo viable que les permita conciliar calidad y personalización del servicio con una gestión más humana de sus relaciones.

Jay Conrad Levinson advertía que *“muchas empresas tienen un plan por si fracasan, pero pocas lo tienen por si triunfan”*, y entonces yo me pregunto: ¿cómo convences a consultores y analistas que un plan para gestionar el éxito puede consistir en dejar de crecer?

Leí una vez a **Jack Trout** diciendo que *“no tenemos una **necesidad** de crecer, sino un **deseo desesperado** de hacerlo”*. Pues sí, engordar de tamaño es una fuente de más poder, que alimenta el ego de los directivos, y les permite pasearse por las conferencias con datos que validen su condición de hombres de éxito.

Pero es que el crecimiento es imprescindible (y hasta cierto límite) solo cuando la empresa opera en un sector o mercado donde subyacen **economías de escala** muy significativas, y siempre que opte por una estrategia donde el precio (los costes) constituyan un factor decisivo para competir.

Ese escenario todavía está presente en muchos ámbitos, es cierto, pero Internet y la creciente emergencia de **mercados de nicho**, están haciendo que las economías de escala pierdan importancia o que, como mínimo, se ponderen más otros atributos relacionados con la **excelencia**, la **personalización** y el **trato cercano**, que se ven estimulados en organizaciones más pequeñas.

Modelos alternativos: redes de personas

En el mundo de la consultoría, la alternativa a las grandes marcas (las "Big Five") es cada vez más evidente. Ya tratamos el tema en nuestro monográfico anterior de emotools dedicado a **"reinventar la consultoría"**. Empezamos a ver cada vez más iniciativas que apuestan por modelos de servicios basados en redes y con estructuras ligeras.

En nuestro grupo de **"consultores artesanos"** venimos discutiendo esta cuestión desde hace algún tiempo, con la idea de repensar modelos que eviten la **vocación de crecimiento indefinido** que tanto daño ha hecho en este sector.

Se trata de evitar lo que me gusta llamar **"la trampa industrial"**, una especie de bucle o círculo vicioso que sigue este ciclo: 1º) Quieres ser más grande (per se), 2º) Buscas más facturación, 3º) Aumentas los costes de estructura para satisfacer esa demanda creciente, 4º) Necesitas facturar más para cubrir esos costes adicionales, 5º) Renuncias a elegir proyectos y clientes por el estrés de facturación ("todo me vale, a todo digo que sí"), 6º) "Paquetizas" para vender más de lo mismo y así aumentar margen, 7º) Más "productos" estandarizados y menos soluciones a medida.

Ese camino conduce al volumen por el volumen, abandonando cualquier

esfuerzo por construir una identidad fuerte, y perdiendo todo el control sobre el tipo de organización que realmente se quiere ser.

La alternativa que propongo es, sin castigar la flexibilidad, ni aumentar en exceso los costes de estructura, **crecer hasta un tamaño mínimo eficiente (lo más pequeño posible) que dote a la organización de un "núcleo" clave de conocimientos**, y a partir de ahí aumentar la capacidad de asumir proyectos más complejos con la ayuda de redes externas de profesionales, con las que se mantenga una relación de confianza y a largo plazo.

No se plantea como objetivo "crecer" en tamaño, sino en la calidad e interés de los proyectos, y para eso se puede acudir a la red, a lo que llamamos en nuestra jerga el **"gremio de artesanos"**. Trabajar con una estructura ligera



es lo que va a permitir preservar el espíritu artesano de personalización del servicio.

Crecimiento y PIB

Llevemos ahora este análisis micro a escala país. Dejemos la empresa, y vamos a pensar en el crecimiento como política a nivel macro.

Lo primero que hay que decir es que la obsesión por el crecimiento ha terminado colonizando las formas de hacer gobierno, gracias al creciente dominio de la Economía sobre la Política.

Esto ha conducido al pensamiento único de mirar al Producto Interior Bruto (PIB) como indicador definitivo de prosperidad de un territorio. Bajo esa premisa, si el PIB no crece se interpreta como una tragedia social.

Todo se mide por el PIB, que resulta de la suma de "todos" los bienes y servicios producidos por un país durante un año. Pero ya sabemos que *"elementos de una riqueza incontestable, como el voluntariado, el trabajo doméstico, la transmisión de conocimientos o el nacimiento de un ser humano"*, no están incluidos en el PIB.

Nicolás Ridoux Cada vez más gente coincide con Ridoux en su crítica de que *"los políticos (y economistas) predicen el crecimiento del PIB como lo único capaz de satisfacer a la humanidad, de suprimir el paro y, por extensión, de aportar prosperidad y bienestar"*.

Nicolás Sarkozy, el presidente francés, es de los últimos estadistas que propone derribar **"la religión del PIB"**, por ser un mero número que no mide bien el bienestar de los ciudadanos. Al margen de las intenciones de Sarkozy, y las dudas que pueda generar su track-record, está claro que el asunto está empezando a tener mucho eco en los medios de difusión.

Todo el mundo cita el caso de **Bután**, país que desde 1972 mide su "salud" como nación mediante el BNB: **"Bienestar Nacional Bruto"**, y rechaza tomar al PIB como referencia para valorar su desarrollo. Se trata, obviamente, de un caso muy peculiar, no extrapolable a las sociedades modernas de occidente, pero sí un referente que invita a buscar métodos más holísticos, menos economicistas, para calibrar el progreso humano.



¿Qué plantea, entonces, la Teoría del Decrecimiento?

Lo primero que habría que aclarar es que el “**Decrecimiento**” no significa crecimiento negativo, ni una recesión o depresión, sino “**desacostumbrarnos a nuestra adicción al crecimiento, descolonizar nuestro imaginario de esa ideología productivista que está desconectada del progreso humano y social**”.

La situación que estamos viviendo ahora no es de una sociedad de “decrecimiento”, sino en “recesión”, porque la primera implica una apuesta voluntaria por renunciar a parte del consumo, mientras que la segunda es un resultado impuesto como un “mal necesario”.

Estamos hablando, en definitiva, de un cambio de paradigma que pasa a nivel individual por **practicar una “sencillez voluntaria”**, y que también se puede trasladar a las empresas en forma de una mayor “sobriedad empresarial”.

Voy a resumir las ideas expuestas en el libro de **Nicolás Ridoux** y que permiten comprender algunos de los fundamentos de la llamada “Teoría del Decrecimiento”:

• “**La sencillez voluntaria** consiste en una reducción importante, voluntaria, de

nuestro consumo” = Algo que, como se ve, va en dirección contraria a las recetas que se nos venden para salir de la crisis, o las medidas que se están tomando para que la gente compre más coches, y más de todo, con el fin de reactivar el consumo, y con ello las ventas.

• Tenemos que criticar la desmesura, y **ese mal hábito de “negar la finitud”** de los recursos con que contamos a base de recetar nuevas soluciones tecnológicas, en lugar de poner freno al consumo compulsivo.

• “*No se puede imaginar peor situación que una sociedad enteramente concebida para el crecimiento*” porque cuando éste no es posible, ¿Qué hacen las empresas? ¿Qué hacemos con las ventas?

• Este modelo defiende la búsqueda del “*Ser*” más que del “*tener*”, de “*menos bienes pero más vínculos*”, de un **estilo de vida más frugal que se tome en serio los valores humanistas**. Todo ello se puede resumir en la idea de: “trabajar menos para vivir mejor”.

• La “*objeción al crecimiento*” reconoce la necesidad de **compartir** como solución a la generación de más puestos de trabajo, y critica la “*loca competencia de todos contra todos*” en la que estamos inmersos.

• Propone **producir menos, pero de otra forma y mejor**, cambiando cantidad por calidad, y denuncia que las empresas están demasiado al servicio de la eficacia pura, sin cuestionarse el sentido de esa eficacia, produciendo cualquier cosa mientras sea rentable: “*el sentido de lo que hacen no les preocupa*”.

• Plantea paradojas como estas: ¿poder elegir entre cien cadenas de TV es mucho más “enriquecedor” que no disponer de ninguna? Y se pregunta si nuestros abundantes medios de comunicación (y tecnologías, añado yo) no estarán haciéndonos perder oportunidades de intercambios de más calidad.

Por cierto, la Teoría del Decrecimiento es especialmente sensible al problema global de la “**huella ecológica**” aportando datos alarmantes como éste:

“Si todos los habitantes de la tierra vivieran como los Europeos (...) consumiríamos 3 planetas, y según el estilo de vida americano casi 6. En cambio, el Burkinés no utilizaría más de 0.1 planetas”

Un ejemplo ilustrativo de cómo la sociedad moderna entiende el progreso es la **Fórmula-1**, que según el autor constituye el símbolo paroxístico de la sociedad del crecimiento, al agrupar en una sola celebración el culto a la competición, la religión de la técnica y el reinado del dinero.

Sin duda que toda esta reflexión es muy oportuna en tiempos de crisis como el que estamos viviendo. **Nicolás Ridoux** recuerda que, en momentos como estos, **el crecimiento puede no ser la solución sino el problema, si se asume como dogma, como pensamiento único.**

A propósito de la crisis, **Jordi Roca Jusmet**, en su interesante artículo "[Ante la crisis:](#)

[¿viva el crecimiento económico?](#)

opina de forma parecida: "Por lo que se refiere a las respuestas a la crisis, la peor reacción a mi entender es la de olvidarse de las críticas al actual modelo económico –en cuanto a su sostenibilidad y sus pobres resultados sociales– y, en aras de un supuesto pragmatismo, dar prioridad al estímulo económico a cualquier precio" (léase estímulos a la reactivación del consumo)

Decrecimiento y "relocalización" de la economía.

Una de las ideas que me han parecido más interesantes de la filosofía del Decrecimiento, por ir en sentido totalmente contrario a los reclamos de la globalización, es su propuesta de:



"Acortar la distancia entre productor y consumidor a favor del desarrollo humano, 'RElocalizar' la economía como el proceso inverso a 'DESlocalizar'"

Entre los experimentos del Decrecimiento están todas las iniciativas para **relocalizar** la economía. Por ejemplo, el fomento de producciones biológicas y artesanales locales para **generar circuitos cortos entre productor y consumidor.**

Insisten que "el consumidor de productos de bajo precio no parece darse cuenta de que él mismo está a punto de crear las condiciones de su futuro desempleo" y por eso proponen:

- Desintoxicarse del hábito del "precio más bajo posible" y **comprar menos pero mejor**
- Proveerse lo máximo posible en los **mercados de productores locales** o participar en un huerto colectivo = Comprar preferentemente productos locales y evitar los fabricados lejos

Evitar compras en las Grandes Superficies = "la Gran Superficie es, por desgracia, una concentración de horrores: empleos precarios, transportes por carretera necesarios para este tipo de distribución, mercancías cada vez más baratas traídas del otro lado del mundo, hay que ir en coche siempre, menos variedad, más uniformidad".

Evitar compras en las Grandes Superficies = "la Gran Superficie es, por desgracia, una concentración de horrores: empleos precarios, transportes por carretera necesarios para este tipo de distribución, mercancías cada vez más baratas traídas del otro lado del mundo, hay que ir en coche siempre, menos variedad, más uniformidad".

Los precursores de este pensamiento sostienen que, a consecuencia de las políticas agrícolas de los últimos 30 años, **nuestras regiones se han hiperespecializado**, medidas de a lleno en el

productivismo. Como alternativa sugieren el concepto de "eco-región" para restaurar la autonomía alimentaria y favorecer los intercambios internos.

Esto suena a *autarquía*, y no encaja con la doctrina moderna, pero si lo analizamos bien, tiene mucho sentido:

"Queremos importar de lejos para pagar menos y así comprar cada vez más; sin embargo, tendríamos que comprar menos pero mejor (aunque sea mas caro), en la huerta o la verdulería de la esquina de casa".

Elogio a la lentitud: ¿Pero...y cuándo paramos?

La filosofía del Decrecimiento que he comentado antes critica valores como el "cada-vez-más", pero también el "cada-vez-más-rápido", porque al parecer vienen los dos en el mismo paquete. Por ese camino, dicen, somos "cada-vez-más-superficiales".

Nos les falta razón pero a una persona como yo, que se dedica a la innovación, le cuesta mucho asimilar la idea de los beneficios de andar más despacio. Lo entiendo a nivel personal, pero me costaría recetarlos a las empresas.

Los que nos dedicamos a esto andamos siempre por ahí repitiendo palabras como rapidez, velocidad, acelerar el time-to-market, ser ágiles, correr y más correr. A más "líquida" se muestra la sociedad, más de prisa sugerimos que anden a las empresas. Literatura de esto abunda en nuestros librereros, y nos parece todo muy natural.

Esto me recuerda una frase estúpida que escuché decir un amigo a un taxista: "cuando me falta tiempo, duermo más de prisa", y así andamos todos.

La obra de **Carl Honore**, "[Elogio a la lentitud](#)", habla precisamente de esto, y es un libro que recomiendo. De hecho, a mí me parece que el **Movimiento Slow** es casi un hermano gemelo (y complementario) de la **Teoría del Decrecimiento** que he comentado antes.



La obsesión por el crecimiento te lleva a andar siempre de prisa. En cambio, si te planteas otros objetivos distintos al consumo, o al tamaño por el tamaño, entonces sí que es posible ralentizar el ritmo."

Carl Honore invita a ralentizar el paso en muchos ámbitos donde resulta más conveniente hacerlo, incluyendo el trabajo, la comida, las ciudades, el sexo, la medicina y el ocio, entre otros. Propone saborear más la vida, huir del agobio, recuperar nuestro tiempo, desacelerar el ciclo de vida y en definitiva, poner freno a lo que Honoré llama el **"Turbo-capitalismo"**.

Otra vez enlaza con los postulados de la **Teoría del Decrecimiento** que reclama una *"reconquista del tiempo personal, de un tiempo cualitativo"*, y lo explica así:

"El Decrecimiento propone ralentizar para vivir más en sintonía con nuestros ritmos naturales, recuperar el gusto por caminar e ir en bicicleta, el contacto y el intercambio con otras personas, con la naturaleza, la relación humana del mercado de productores y el placer de la cocina basada en productos de temporada"

¿Y si innovamos para andar más lentos?

Ahora en el mundo de la empresa 2.0 hablamos de **"innovación continua"** y de "Beta perpetuo". Esto significa: ¡¡no

pareas nunca de innovar!! Se acabó el paradigma de la "gestión de versiones", que te permitía pegarte un cierto descanso entre una versión y otra, mientras la empresa amortizaba con ventas los costes de desarrollo.

Entonces yo me pregunto: **¿cuándo paramos? ¿cuándo descansamos?** Porque, pensándolo bien, la innovación continua puede generar tensión tanto en el que la produce (la empresa) como en el que la consume (los clientes).

No sé por qué intuyo que este modelo de innovación crónica tiene que tener algún efecto perverso. No me creo que sea tan bueno. Todo esto genera una entropía, un estrés innovador, que puede ser contraproducente.

¿Los productos nunca se estabilizan?
¿Tenemos que estar cambiándolos constantemente y volviendo a re-aprender?
¿Qué necesidad hay de eso?

El **Wikcionario** define "entropía" de un modo que acierta de pleno en lo que quiero decir: 1) magnitud que identifica cantidad de desorden en un sistema, **2) magnitud que mide la cantidad de energía que se pierde**, 3) medida de la cantidad de "ruido" presente en una señal, 4) tendencia de los sistemas al caos y al desorden con el paso del tiempo.

Esta prisa por vivir y por dejar atrás un

evento (producto) tras otro sin disfrutar lo suficiente de lo conseguido es lo que me desconcierta del presente. **Me apasiona la innovación, pero con una cadencia más humana.** Nos estamos dejando llevar por el mercado, y no sé si hay otro camino posible.

Estas dudas quiero resumirlas con esta paradoja planteada por el libro que me parece fantástica:

*"Desde hace varios siglos, la esperanza de vida aumenta regularmente. Tenemos pues una **vida objetivamente más larga**, pero vamos tan apresurados que ¡ni siquiera nos damos cuenta! Corremos el riesgo de acabar **percibiendo nuestra vida como subjetivamente más corta** que la de nuestros antepasados"*

Para leer más:

[Nicolas Ridoux: Por una vida más frugal \(El País\)](#)

[Elogio de la lentitud \(Extracto del libro de Carl Honore\)](#)

[El triunfo de la lentitud \(Karelia Vazquez, El País\)](#)

[Practique la pereza para recuperar el sentido de la vida](#)

Esta obra está bajo una licencia Reconocimiento 2.5 España de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/es/> o envíe una carta a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California