

# adquisitividad – acquisitiveness

Authored by  
**memjavad**

October 18, 2025

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *adquisitividad – acquisitiveness*. Spanish Psychological Databases.  
Retrieved from <https://spanish.arabpsychology.com/?p=671>

## Adquisitividad

**Primary Disciplinary Field(s):** Psicología, Economía, Ética, Sociología

### 1. Definición Central

La adquisitividad se define académicamente como la propensión o el fuerte deseo, a menudo persistente y desmedido, de adquirir y poseer bienes materiales, recursos económicos o cualquier forma de propiedad. Este impulso no se limita a la satisfacción de necesidades básicas o funcionales, sino que frecuentemente se extiende a la acumulación de excedentes, actuando como una motivación central en la conducta individual y colectiva. En su núcleo, la adquisitividad representa una orientación hacia el **tener** sobre el **ser**, valorando el estatus y la seguridad que confiere la posesión material. Si bien un grado moderado de deseo de adquisición es inherente a la supervivencia y al desarrollo económico, la connotación del término a menudo apunta hacia un exceso o una obsesión que puede rozar la avaricia o la codicia, especialmente cuando la búsqueda de posesiones se vuelve compulsiva y desplaza otras prioridades vitales como las relaciones interpersonales, la salud o la autorrealización no material.

Es crucial diferenciar la adquisitividad de la ambición productiva o el esfuerzo necesario para el sustento. Mientras que la ambición se enfoca en el logro de metas y el desarrollo personal --que puede incluir la obtención de recursos como resultado del éxito--, la adquisitividad se centra primordialmente en el acto de la acumulación misma. El individuo altamente adquisitivo encuentra satisfacción no en el uso funcional de los bienes, sino en el simple hecho de su posesión y el poder o el estatus que dicha posesión representa dentro de su entorno social. Esta diferenciación es vital para el análisis psicológico y ético, ya que la línea divisoria entre la motivación económica saludable y la patología adquisitiva es frecuentemente objeto de estudio en el ámbito de la psicología de la motivación y los trastornos de la personalidad.

Desde una perspectiva sociológica, la adquisitividad puede entenderse como una conducta moldeada culturalmente, exacerbada en sociedades donde el valor personal se mide por indicadores de riqueza visible. En estas estructuras, la capacidad de adquirir se convierte en un símbolo de éxito, competencia y superioridad social. Por lo tanto, el impulso adquisitivo no es puramente interno o biológico, sino que se nutre y se refuerza a través de sistemas de recompensa social, publicidad y estructuras económicas que glorifican el consumo y la acumulación ilimitada. La naturaleza de la adquisitividad, por ende, es multifacética, requiriendo un análisis que abarque desde la neurobiología del placer hasta las complejas dinámicas del **capitalismo** moderno y la cultura de consumo.

### 2. Etimología y Desarrollo Histórico

El término "adquisitividad" proviene del latín *acquisitus*, participio pasado de *acquirere*, que

significa 'obtener' o 'ganar'. Su uso moderno refleja la idea de una cualidad o tendencia (el sufijo -tividad) hacia la adquisición. Históricamente, el concepto ha sido abordado, aunque bajo diferentes nombres, en casi todas las tradiciones filosóficas y religiosas, donde generalmente se le ha asociado con la avaricia o la codicia (del latín *avaritia*), considerada una de las inclinaciones humanas más destructivas. En la filosofía clásica griega, pensadores como [Aristóteles](#) ya discutían la diferencia entre la "economía" (la gestión doméstica de los recursos necesarios) y la "crematística" (la acumulación ilimitada de riqueza por la riqueza misma), condenando esta última por ser antinatural y desestabilizadora para la polis.

Durante la Edad Media, el concepto de avaricia fue formalizado por la teología cristiana como uno de los Siete Pecados Capitales. En este contexto, la adquisitividad descontrolada no era solo un error social o económico, sino una ofensa moral y espiritual que desviaba al individuo de la búsqueda de bienes trascendentales hacia la idolatría de los bienes terrenales. La condena eclesiástica de la usura y la acumulación excesiva reflejaba una preocupación profunda por el impacto de la avaricia en la cohesión social y la salvación individual. Esta visión dominó el pensamiento occidental hasta la llegada de la Reforma Protestante, que comenzó a reinterpretar ciertos aspectos de la acumulación.

El giro histórico más significativo ocurrió con el advenimiento del mercantilismo y, posteriormente, del **capitalismo** industrial. Como señaló [Max Weber](#) en *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, la ética calvinista, al valorar el trabajo duro, la frugalidad y la reinversión (en lugar del gasto suntuario), creó un ambiente cultural donde la acumulación de capital, antes vista como un vicio, se transformó en un signo de virtud divina y éxito terrenal. Aunque Weber distinguió esta acumulación racional y metódica de la mera codicia, este cambio legitimó el impulso adquisitivo como el motor fundamental del progreso económico y la modernidad. A partir del siglo XIX, la psicología y la sociología empezaron a estudiar la adquisitividad no solo como un defecto moral, sino como una característica intrínseca de la motivación humana en el contexto de la economía de mercado.

### 3. El Afán de Adquisición en la Teoría Psicológica

Desde la perspectiva psicológica, la adquisitividad se aborda como un poderoso motivador conductual. Las teorías conductuales sugieren que la adquisición de bienes proporciona refuerzos positivos (placer, sensación de logro) que perpetúan el comportamiento de acumulación. Sin embargo, las teorías psicodinámicas, influenciadas por [Sigmund Freud](#), a menudo ligan el impulso adquisitivo a etapas tempranas del desarrollo, particularmente la etapa anal, donde las fijaciones en torno al control y la retención pueden manifestarse en la edad adulta como una necesidad excesiva de poseer y controlar recursos materiales. Esta visión postula que la adquisitividad puede ser una manifestación de inseguridad subyacente o una defensa contra la ansiedad de la pérdida.

La psicología humanista y, en particular, [Abraham Maslow](#), sitúan la necesidad de seguridad y las necesidades materiales en la base de la jerarquía de necesidades. Aunque la búsqueda de seguridad económica es normal, la adquisitividad patológica surge cuando el individuo queda atrapado en la búsqueda de necesidades de déficit (materiales) e ignora las necesidades de crecimiento (autorrealización). En este marco, la acumulación excesiva se interpreta como un intento fallido de llenar un vacío existencial o emocional con objetos externos, lo que resulta en una "cinta de correr hedónica" donde cada nueva adquisición proporciona una satisfacción temporal que rápidamente se desvanece, requiriendo una nueva compra para mantener el nivel de placer.

En la psicología clínica, el afán de adquisición desmedido y disfuncional puede estar relacionado con trastornos como el Trastorno Obsesivo-Compulsivo de la Personalidad (TOCP) o, en casos extremos, el Trastorno de Acumulación (Hoarding Disorder). Las personas con alta adquisitividad a menudo muestran rasgos de personalidad orientados al control, la rigidez y una incapacidad para desprenderse de los objetos, incluso si carecen de valor o utilidad. Esta compulsión no solo afecta sus finanzas, sino que también deteriora sus relaciones y su calidad de vida, demostrando que la adquisitividad, cuando es patológica, es una forma de desregulación emocional donde el objeto material sustituye la conexión emocional genuina o la estabilidad interna.

#### **4. Perspectivas Económicas sobre la Adquisitividad**

En la teoría económica, la adquisitividad, bajo la forma de interés propio racional, es vista como el motor primario de la actividad de mercado. La economía clásica, siguiendo a [Adam Smith](#), postula que el deseo individual de mejorar su condición material (es decir, la adquisitividad) conduce, a través de la "mano invisible", a la asignación eficiente de recursos y al bienestar colectivo. En este modelo, la competencia impulsada por el deseo de acumulación motiva la innovación, la productividad y la creación de riqueza, siendo un factor inherentemente positivo para el desarrollo económico. La maximización de la utilidad individual, que presupone un deseo constante de adquirir más bienes y servicios, es la piedra angular de la microeconomía moderna.

Sin embargo, la economía conductual y la economía del bienestar han matizado esta visión. La adquisitividad ilimitada, especialmente en el contexto del consumismo moderno, puede llevar a externalidades negativas significativas. La teoría de la renta posicional, por ejemplo, sugiere que gran parte del deseo de adquisición se dirige a bienes que son valiosos principalmente porque son escasos o porque confieren un estatus superior (bienes de lujo). En este caso, la adquisición de un individuo disminuye el estatus relativo de los demás, generando una "carrera armamentista" de consumo que no mejora el bienestar social general, sino que simplemente aumenta los niveles de gasto y endeudamiento sin incrementar la felicidad o la satisfacción sostenible.

Además, en el contexto de la economía globalizada, la adquisitividad empresarial (la búsqueda

constante de crecimiento y maximización de beneficios) ha sido objeto de intenso debate ético. Mientras que los defensores del libre mercado argumentan que esta búsqueda es necesaria para la inversión y la generación de empleo, los críticos señalan que la adquisitividad corporativa desregulada puede llevar a la explotación de recursos, la desigualdad extrema y la toma de riesgos sistémicos (como se vio en la crisis financiera de 2008). Por lo tanto, el análisis económico moderno debe equilibrar la utilidad motivacional de la adquisitividad individual con sus potenciales efectos desestabilizadores a nivel sistémico y ambiental.

## 5. Dimensiones Éticas y Morales

Éticamente, la adquisitividad ha sido tradicionalmente evaluada en función de sus consecuencias para la justicia y la comunidad. El debate central gira en torno a cuándo el deseo de poseer transgrede los límites de la moralidad. Las filosofías comunitaristas y muchas éticas religiosas condenan la adquisitividad excesiva (avaricia) porque fomenta el egoísmo, obstaculiza la caridad y contribuye a la desigualdad. La acumulación desmedida es vista como un acto de injusticia social si se realiza a expensas de la necesidad de otros o si monopoliza recursos que deberían estar disponibles para el bien común.

En contraste, las éticas liberales y utilitaristas tienden a ser más tolerantes, siempre y cuando el proceso de adquisición sea legal y no coercitivo. Desde esta perspectiva, la riqueza generada por la adquisitividad puede ser justificada si, en última instancia, beneficia a la sociedad a través de la creación de empleo, la inversión o la filantropía (la doctrina del "goteo" o *trickle-down economics*). Sin embargo, incluso dentro de este marco, existe una preocupación por la virtud cívica; si la búsqueda de la riqueza se convierte en el único objetivo de la vida pública y privada, puede erosionar la participación democrática y la preocupación por asuntos no materiales.

El desafío ético contemporáneo se intensifica con la crisis ambiental. La adquisitividad individual y corporativa impulsa la sobreexplotación de recursos naturales y el consumo insostenible. La ética ambientalista argumenta que la noción de crecimiento ilimitado, fundamental para la adquisitividad moderna, es inherentemente incompatible con la finitud de los recursos planetarios. Por lo tanto, la moralidad de la adquisitividad debe ser reevaluada no solo en términos de justicia social humana, sino también en términos de responsabilidad intergeneracional y ecológica, exigiendo un cambio de paradigma hacia economías de suficiencia y sostenibilidad.

## 6. Características Clave y Manifestaciones

La manifestación de la adquisitividad puede variar desde la simple ambición material hasta comportamientos patológicos. Sin embargo, existen características comunes que delimitan el patrón de conducta adquisitiva. Estas características no solo se refieren al acto de compra, sino también a la mentalidad subyacente que impulsa la necesidad constante de acumular y retener.

**Insaciabilidad (Falta de Satisfacción):** La característica definitoria de la adquisitividad excesiva es la incapacidad de alcanzar un estado de satisfacción o suficiencia. Independientemente de la cantidad de bienes o riqueza acumulada, siempre persiste la sensación de que "se necesita más", lo que perpetúa el ciclo de la búsqueda.

**Orientación al Estatus:** La adquisición de bienes se utiliza primariamente para señalar éxito, poder o superioridad social (consumo conspicuo). Los objetos tienen un valor simbólico que supera su valor de uso funcional.

**Miedo a la Pérdida:** Existe una profunda ansiedad o inseguridad ligada a la posibilidad de perder las posesiones. Este miedo impulsa comportamientos de retención y control excesivos, manifestándose a veces como tacañería o incapacidad para compartir.

**Priorización Material:** Los objetivos materiales y financieros dominan sobre los objetivos relacionales, espirituales o de desarrollo personal. Las decisiones vitales (profesión, residencia, pareja) se toman principalmente en función de su potencial para aumentar la capacidad de adquisición.

Estas manifestaciones se observan claramente en la cultura del consumo, donde la identidad personal se construye cada vez más a través de los productos que se poseen. El individuo adquisitivo invierte una cantidad desproporcionada de tiempo y energía mental en la planificación de futuras compras o en la protección de sus bienes actuales, lo que puede llevar al agotamiento emocional y a la alienación de experiencias vitales más ricas y menos materiales.

## 7. Impacto Social y Cultural

El impacto de la adquisitividad a nivel social y cultural es profundo y abarca desde la estructuración de la desigualdad hasta la configuración de los valores colectivos. En las sociedades capitalistas avanzadas, la promoción de la adquisitividad no es accidental, sino que es un imperativo sistémico, ya que el crecimiento económico depende del consumo constante y creciente. Los medios de comunicación y la publicidad están diseñados para fomentar un sentido de carencia perpetua, asegurando que los individuos siempre deseen el próximo producto, manteniendo así la rueda productiva en movimiento.

Uno de los efectos sociales más perniciosos de la adquisitividad es la exacerbación de la **desigualdad económica**. El impulso de acumulación ilimitada por parte de las élites financieras y corporativas puede llevar a la concentración de la riqueza, limitando las oportunidades y los recursos disponibles para la mayoría de la población. Cuando la adquisitividad se traduce en políticas que favorecen la acumulación de capital sobre la distribución equitativa de la renta, se generan tensiones sociales y se pone en peligro la estabilidad democrática, al minar la confianza en las instituciones que parecen servir a los intereses de los más adquisitivos.

Culturalmente, la alta valoración de la adquisitividad transforma la definición de éxito. El mérito ya

no se mide por la contribución a la comunidad o la sabiduría personal, sino por la capacidad de generar y exhibir riqueza. Esta métrica de éxito fomenta una cultura de competencia despiadada y un materialismo que puede socavar el capital social, reduciendo la empatía y la cooperación. La crítica sociológica postula que una sociedad dominada por el afán de adquisición corre el riesgo de volverse anómica, donde las normas éticas se subordinan a la lógica implacable de la maximización del beneficio individual.

## 8. Debates y Críticas

El principal debate en torno a la adquisitividad se centra en su papel como fuerza civilizadora versus fuerza destructiva. Los defensores argumentan que, al canalizar el deseo humano de mejorar su suerte, la adquisitividad ha sido históricamente la fuente de la innovación tecnológica, la expansión comercial y el aumento general de los niveles de vida. Sostienen que sin este impulso, las sociedades se estancarían en la subsistencia o la planificación centralizada ineficiente, argumentando que la regulación, no la eliminación, es la respuesta a sus excesos.

Por otro lado, los críticos, a menudo provenientes de la filosofía moral, la ecología y las corrientes anticapitalistas, ven la adquisitividad ilimitada como una patología social. Filósofos como [Erich Fromm](#) argumentaron que la sociedad moderna ha priorizado el modo de existencia del **tener** sobre el modo del **ser**, resultando en individuos alienados cuya identidad está atada a sus posesiones. Esta crítica sostiene que la obsesión por la acumulación desvía la energía humana de propósitos más significativos, como el desarrollo personal, la creación artística o la construcción de comunidades sólidas.

El debate más contemporáneo se centra en la sostenibilidad. La crítica ecológica postula que la idea misma de un crecimiento económico perpetuo, impulsado por la adquisitividad, es un mito peligroso. Dado que los recursos planetarios son finitos, la promoción constante del deseo de adquirir más bienes choca inevitablemente con los límites biofísicos de la Tierra. Esta perspectiva aboga por un cambio cultural radical que redefina la prosperidad no en términos de acumulación material, sino en términos de calidad de vida, salud ecológica y equidad, proponiendo modelos económicos post-crecimiento que desincentiven la adquisitividad como motivación central.

## Further Reading

[Avaricia \(Wikipedia\)](#)

[Consumismo \(Wikipedia\)](#)

[Weber, M. \(1905\). La ética protestante y el espíritu del capitalismo.](#)

[Fromm, E. \(1976\). ¿Tener o ser?](#)