

PERÚ²⁰₂₁

Arellano



UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA



La felicidad de los peruanos





La felicidad de
los peruanos

Kusi kuy

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna por ningún medio o soporte sin el previo aviso escrito de los editores.

© Todos los derechos reservados

© EY

© Ernst & Young

© Perú 2021

© Fondo Editorial USIL

© Universidad San Ignacio de Loyola

© Arellano Consultoría para crecer

Editores:

Arellano Investigación de Marketing S.A.

Av. Paseo de la República 3952 - Miraflores

www.arellano.pe

Perú 2021 Una Nueva Visión

Av. Almirante Miguel Grau 629,

Urb. San Ignacio - Barranco

www.peru2021.org

Ernst & Young Asesores S. Civil de R. L.

Av. Víctor Andrés Belaunde 171,

Urb. El Rosario - San Isidro

www.ey.com/pe

Universidad San Ignacio de Loyola S.A.

Av. La Fontana 550 - La Molina

www.usil.edu.pe

Cuidado de edición: Galia García-Hjarles Villanueva, Miaohong Huang Li, Paulo Pantigoso

Corrección de estilo: Fondo Editorial USIL

Diseño y diagramación: Karla Ramírez

Fotos: Shutterstock, iStock

Primera edición enero 2019

Tiraje: 1,000 ejemplares

ISBN: 978-612-47325-3-9

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2019-01932

Impreso en Perú / Printed in Peru

Impreso en Comunica2 S.A.C.

Calle Omicron N° 218, Urb. Parque Internacional de Industria y Comercio - Callao, Perú

Enero 2019



contenido

6

Prólogo a 3 manos (Perú 2021, EY y USIL)	8	Capítulo II. La felicidad en el Perú	38
La paradoja de la Kusikuy de los peruanos	14	1. Metodología de investigación	41
Capítulo I. ¿Qué es la felicidad y cómo se mide?	20	a. Revisión de literatura: ¿Qué se sabe de la felicidad en el Perú?	41
1. La definición de felicidad	24	b. Investigación cualitativa	46
a. La relación entre lo afectivo y lo cognitivo	25	c. Investigación cuantitativa	48
b. El proceso motivacional (calidad de vida, bienestar subjetivo y satisfacción)	26	2. Resultados	50
2. ¿Cómo se mide la felicidad?	30	a. La felicidad global	50
▶ Las métricas objetivas	30	b. Los más (y los menos) felices	52
▶ Las métricas subjetivas	30	c. La felicidad de los demás	56
▶ La felicidad como una evaluación global	30	d. Los deseos-metas y la felicidad	60
▶ La felicidad como la suma de satisfacciones	31		
3. Los principales estudios acerca de la felicidad	32		
▶ Happy Planet Index	32		
▶ World Value Survey (WVS)	33		
▶ World Happiness Report	34		
▶ Economía de la felicidad	35		
4. ¿Cómo se usa el indicador de felicidad?	36		
a. La felicidad como objetivo de políticas públicas	36		
b. La felicidad como máxima moral y filosofía de vida	37		



Capítulo III. ¿Por qué somos así? 80

1. **Las 7 necesidades subyacentes a los deseos-metas 83**
 - ▶ La importancia de cada necesidad en la felicidad 89
 - ▶ La influencia de “lo pendiente” 90
 - ▶ La influencia del contexto cultural 92

2. **¿Cómo afectan nuestros antecedentes históricos y culturales a la felicidad? ¿Y cómo explican estas 7 necesidades? 94**
 - ▶ PRIMER EJE: los valores evaluativos, ¿cómo juzgamos la vida? 95
 - ▶ SEGUNDO EJE: los valores temporales 99
 - ▶ EL CRUCE DE AMBOS EJES: la matriz de los valores culturales 103

Capítulo IV. Acciones para aumentar la felicidad al 2021 106

1. **Potenciar 113**
2. **Arreglar 115**
3. **Monitorear 116**
4. **Revalorar 119**

- Reflexiones finales 122**
- Referencias 130**
- Agradecimientos 134**







Prólogo

A 3 MANOS

(Perú 2021, EY y USIL)



**Luciana De la Fuente
de Díez Canseco**
Presidenta Ejecutiva
USIL



**Paulo Pantigoso
Velloso da Silveira**
Country Managing Partner
EY Perú



Luis Torres Mariscal
Presidente
Perú 2021

¿Cómo surgió esta iniciativa?

La historia detrás de este libro

El trabajo que se presenta en este libro comenzó cuando diversos empresarios miembros y amigos de la asociación Perú 2021 empezaron a preguntarse sobre la importancia que tiene para los peruanos el actuar con propósito social y pensando en un desarrollo sostenible. Luego, todo ello dio un vuelco hacia un objetivo ambicioso.

“Perú 2021 nace hace 25 años inspirado por la visión de un Perú próspero, pacífico, democrático y justo, un país con instituciones sólidas y transparentes que garanticen los derechos de la persona, el cumplimiento de la ley y la iniciativa privada, un país con igualdad de oportunidades para todos y donde podamos vivir con alegría. Hoy nos hemos propuesto promover el desarrollo sostenible para contribuir en la construcción de un Perú donde los objetivos económicos de la empresa, el cuidado del medio ambiente y la mejora de la calidad de vida de las personas sean inseparables. Por lo tanto, es fundamental para nuestro propósito estudiar y entender las aspiraciones de los peruanos en cuestión de bienestar y felicidad, y el impacto del logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por las Naciones Unidas en los mismos”, decía Luis Torres Mariscal, Presidente de Perú 2021.

“Cuando Luis Torres Mariscal, Presidente de Perú 2021, nos presentó la idea de tomar como base la publicación “The Good Life 2.0”, del World Business Council for Sustainable Development, e investigar si el peruano mantenía y buscaba un estilo de vida sostenible, no dudamos en auspiciar el proyecto”, dice Paulo Pantigoso, Country Managing Partner de EY Perú. “Estábamos ante la oportunidad de contar con mayores certezas y evidencias acerca del grado en el que nuestros compatriotas incluyen en sus decisiones cotidianas los impactos que pudieran generar en el medio ambiente y en el bienestar de la sociedad. En EY perseguimos el propósito de construir un mejor entorno de negocios, y nuestro “Building a Better Working World” nos requería, también, un mejor diagnóstico del país en el que estamos”.

Según Paulo, “en las discusiones sobre el mejor diseño del estudio recurrimos a Rolando Arellano Cueva y a su consultora, que nos propuso responder a una pregunta más profunda pero, a la vez, fundamental para entender la importancia de un estilo de vida sostenible: ¿Qué es lo que hace felices a los peruanos? De ese modo conoceríamos no solamente cuánto interesa a los peruanos el desarrollo sostenible, sino también con qué aspectos estaba correlacionado este tema en el sentir popular”.

Luciana De la Fuente de Diez Canseco y su equipo de sostenibilidad de la USIL se sumaron con entusiasmo. Para ella, publicar el estudio resultaba muy importante pues “vivimos una revolución tecnológica sin precedentes que nos plantea, al mismo tiempo, reforzar los lazos entre las personas. Si no lo hacemos, corremos el riesgo de que la tecnología conecte al mundo, pero desconecte al ser humano. La felicidad apunta hacia eso, y mientras más conozcamos acerca de las aspiraciones de los peruanos, sabremos ayudarlos eficazmente para que puedan ser felices de manera integral y sustentable en el tiempo”.

Los resultados de este primer esfuerzo han sido esclarecedores y han ido mucho más lejos de lo que esperábamos, dicen todos. Ello nos debe servir como una referencia importante para las acciones que, desde el sector empresarial, podamos tomar para contribuir tanto al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como a ser una nación más feliz.

Si usted trabaja en empresas de todo sector, como por ejemplo en retail o en consumo, o en áreas relacionadas principalmente con el consumidor y los medios, o si debe crear e implementar estrategias para el talento humano, o si se encuentra ante la idea de un negocio, o si quiere conocer más de nuestra sociedad, los invitamos a leer los hallazgos de esta investigación. Se sorprenderá gratamente y lo ayudará a tomar mejores decisiones relacionadas con su mercado, sus colaboradores y con nuestro Perú.



La para doja

DE LA KUSIKUY DE LOS PERUANOS

(Arellano Consultoría para crecer)

¿Por qué Kusikuy? Porque en quechua Kusi significa satisfacción y alegría momentánea, y Kusikuy es el estado de ánimo de bienestar o de felicidad más sostenido. Y eso es importante porque, si en español solo se alegran los seres animados, en nuestro quechua también se alegran las cosas. Se alegran las estrellas (Kusiquyllur) y los ríos (Kusimayo), y así como se puede saltar de alegría (kusist'aña), gozar con colores alegres (kusichinpu) y hablar alegremente (kusirimay), lo importante es ser alguien que alegre a los demás (pachakusi). Creemos que lo encontrado en este trabajo permitirá ayudar en ese sentido a la nación peruana.

Aunque hoy se haya convertido en un tema de discusión general –y no solo de filósofos y académicos–, la búsqueda de la felicidad ha sido una constante en la historia del mundo. Lo novedoso del trabajo que se presenta aquí es que las empresas en el Perú se preocupen en estudiarla, mostrando que su labor no se limita al aspecto productivo, sino también que deben tener un aporte social mucho más profundo. Por ello, este esfuerzo de Perú 2021 con la colaboración de EY y de la Universidad San Ignacio de Loyola, en el que nuestra consultora intervino, podría estar marcando una huella importante de cambios en el pensamiento empresarial peruano. Presentaremos aquí las principales conclusiones y proyecciones del mismo, junto con algunos aspectos que le sirven de soporte.

Este trabajo exigió una gran revisión de informaciones y literatura diversa sobre el tema, tanto teóricas como aplicadas, sobre el bienestar y la felicidad de los peruanos. Paralelamente se realizaron estudios de observación directa, entrevistas y grupos de discusión, además de una amplia encuesta a ciudadanos en Lima, ciudad que integra a personas de todas las regiones del país y donde probablemente se encuentran los mayores choques culturales y sociales. Por ello, sin negar la existencia de especificidades en cada región, se plantea la hipótesis de que esta muestra puede dar una imagen más o menos general de la mayoría del país.

Desde el punto de vista metodológico, se parte de la aceptación de que el objetivo fundamental de la vida, contra la idea largamente aceptada por muchos, no es la disposición de riqueza objetiva *per se*, sino que esta es solo uno de los medios para un objetivo superior, que es lograr ser feliz. Y es por ello que la metodología utilizada aquí no sigue la de algunas escuelas de pensamiento que tratan de

explicar la felicidad por la cantidad de los recursos que se dispone (salud, ingresos, vivienda, etc.), sino que sigue el camino inverso: esta parte de medir primeramente la felicidad implícita, la que expresan las personas, para luego establecer su relación con diversas variables materiales y sociales, como bienes, familia o servicios.

Allí, la primera sorpresa -más allá de lo que se pueda deducir al observar la inmensa mayoría de medios de comunicación y al escuchar los comentarios de analistas sociales, económicos o políticos- es que los peruanos, representados aquí por habitantes de Lima de todos los orígenes, nos sentimos relativamente felices. Así, en la escala tradicional peruana de 0 a 20, nos ponemos una nota de 16, que en el uso cotidiano del Perú es “un más o menos con tendencia hacia bien”.

Llama la atención que, como en una sonrisa, los extremos de riqueza y de edad sean un poco más felices que el medio. Así, los jóvenes y los mayores son algo más felices que los adultos de edad intermedia, y que los ricos y pobres son más felices que las clases medias. Resultado que muestra, quizás, que la seguridad o estabilidad de su situación les da tranquilidad para aceptar complacientemente su estado. Los más jóvenes, porque saben que tienen el mundo de la felicidad por delante, y los mayores, porque ya aceptaron que lo suyo no va a cambiar mucho; los ricos, porque tienen la tranquilidad de lo propio, y los más pobres, porque saben de sus limitaciones. Como si la felicidad estuviera más relacionada no solo con lo que se tiene, sino también con lo que se espera lograr.

Llama menos la atención -porque ya se ha visto en diversos estudios anteriores- que la felicidad personal de cada peruano sea sentida como sustancialmente mayor que la que se asigna a la sociedad. Ese “yo me siento mejor que mi prójimo”

tiene dos posibles explicaciones que no son excluyentes. La primera es la falta de identificación del individuo con su grupo; es decir, la poca integración de los peruanos individuales con sus compatriotas, quizás resultado de la ardua lucha en los tiempos de crisis anteriores. La segunda es que sea el reflejo de una comunicación social que tiende a mostrar solamente lo malo que pasa en la sociedad, y no presenta el progreso que cada peruano siente día a día en él y en su familia. Yo no me siento mal, parecen decir; pero las noticias, las redes y los especialistas me insisten en que todo mi entorno sí lo está.

Y en dicho sentido aparece lo que tal vez es el mayor aporte de este trabajo: la aparente paradoja entre la felicidad individual y la felicidad social. Así, a pesar de que la seguridad, la salud, la solidaridad y otros aspectos que brindan las instituciones son declarados como muy importantes para incrementar la felicidad de los peruanos, el análisis profundo determina que tal felicidad la hallan más en aspectos ligados a la satisfacción familiar, individual y a muchos relativos al consumo. ¿Cómo se explica esta situación?

La respuesta está en la diferencia entre lo esperado y deseable con lo realizable. De tal modo que no es sorpresa encontrar que las buenas autoridades y las instituciones que aportan salud, seguridad y justicia, entre otras, son consideradas por los peruanos como muy importantes para aportar felicidad. “Si ellas fueran eficientes y eficaces, mi felicidad aumentaría mucho”, afirman. Pero sucede, y no es tampoco sorprendente, que estas instituciones tienen una muy baja nota de desempeño y, por lo tanto, no aportan lo que deben a esa felicidad buscada. Y es por esa falta de instituciones que los peruanos hallan parte de su felicidad en aquello que sí les es alcanzable, como tener casa propia, prestigio social y educación para los hijos.

Por cierto, como luego verá el lector en detalle, se trata de una paradoja porque ello no nos dice que las instituciones no son realmente importantes para los ciudadanos, sino que, al no funcionar estas, los peruanos encuentran bienestar en lo que pueden conseguir por sus propios medios. El concepto de “self made nation”, conformado por ciudadanos que se han hecho solos, pese a la falta de organizaciones sociales, toma forma de manera muy clara en los datos encontrados aquí.

No deja de preocupar, sin embargo, que la solidaridad no sea una de las variables más relevantes para la felicidad de los peruanos, ni tampoco temas como el cuidado de la relación con el medio ambiente. Quizás ambos se expliquen por el trabajo de supervivencia y, después, de crecimiento individual y familiar que exigieron los tiempos de crisis pasados. Ante un escenario donde lo importante era enfrentar la violencia económica y política, y sobrevivir en un escenario distinto de vida en las ciudades, los peruanos de este estudio -concentrados en Lima- tuvieron que dejar en un segundo plano aspectos como la armonía con el ambiente y, parcialmente, la cohesión social. Quizás, como ocurrió en el “Far West” norteamericano o en las ciudades europeas del siglo XIX, el individualismo aquí ha sido hasta hoy más importante que el sentimiento de grupo, quizás porque, como lo dice la famosa pirámide de Maslow, primero hay que satisfacer necesidades básicas para pasar a las siguientes.

¿Deberíamos esperar tener más consumo o un PBI per cápita como el de los países desarrollados para ser más felices? No necesariamente, pues el buen desarrollo no está ligado solo al PBI (corregido por el poder de compra entre Lima y Nueva York y, también, entre el popular Villa El Salvador y el más rico San Isidro, en Lima), sino también a bienes y

servicios básicos accesibles para todos y a menores distancias en el rombo social. Paralelamente eso no sería sostenible sin generar las condiciones para que todos puedan salir de la pobreza, como buena alimentación a los niños, educación pública de calidad y ayuda a los emprendimientos, respetando a la naturaleza, que es la fuente del desarrollo futuro.

Y, por cierto, si hoy vemos que la población estudiada encuentra su mayor felicidad en el consumo de algunos aspectos como vivienda o vestido, no se entienda que el objetivo deba ser siempre un consumo mayor. Como ya se ve en muchos países desarrollados, pareciera que hay un nivel de consumo que maximiza el bienestar de las familias, pero que, sobrepasado, genera prejuicios como la obesidad o el desperdicio. No deberíamos llegar a ello. Estamos ya en el comienzo de ese cambio donde la solidaridad con el vecino y con el medio ambiente empezará a importar más. La creciente importancia que se le da en las discusiones diarias al tema del cambio climático y al uso de los desechos, el interés en el terreno académico por estudiar este tema en el Perú, y el trabajo de instituciones como Perú 2021, EY y USIL por la sostenibilidad empresarial, parecen mostrar que sí. Que estamos en el umbral de un cambio y que, esperamos, trabajos como el presente ayuden a que ocurra. Más aún, cuando buscamos ingresar a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos - OECD, este trabajo plantea la pregunta de si aspiramos a ser un país OECD más o si tomaremos lo bueno y evitaremos lo malo que la riqueza les ha traído a otros. Y entendemos también que cualquier ejercicio de planeamiento del país resultará inútil si no sabemos a dónde queremos llegar; es decir, si solo queremos desarrollo, o si queremos ser un país Kusikuy, un país de gente feliz.

Este trabajo no hubiera sido posible sin la edición de Paulo Pantigoso y el equipo de EY; sin las recomendaciones de la USIL, a cargo de Luciana De la Fuente y su equipo de sostenibilidad y el Fondo Editorial USIL, y de Perú 2021, bajo la dirección de Luis Torres Mariscal. Por el lado de Arellano, la intervención de las diversas áreas de investigación, al mando de Rolando Arellano Cueva y de Manuel Sosa, y el excelente trabajo de Angélica Ariza.

Rolando Arellano C. y Manuel Sosa S.

Arellano Consultoría para crecer

Lima, enero de 2019

Capítulo





¿Qué es la felicidad y cómo se mide?

“...el verdadero propósito de nuestra vida es la búsqueda de la felicidad”

Dalai Lama

Probablemente, incluso también usted esté de acuerdo: la vida se centra en ser feliz. ¿Cierto? Esta idea, compartida por la mayoría de la población mundial (incluyendo el Perú), viene desde antiguos filósofos.

“La felicidad; más que un deseo, alegría o elección, es un deber”

Immanuel Kant (1724-1804)

Pese a que “ser feliz” es una premisa muy difundida y aceptada, es algo que enfrenta grandes dificultades básicas, como definirla inequívocamente. ¿Qué es la felicidad? Sin una definición, es muy difícil que las personas y los gobiernos sepan qué decisiones tomar para alcanzarla. Veamos qué nos dicen hasta el momento los libros, las revistas científicas y los grandes estudios mundiales.

Pues, malas noticias; no hay consenso en su definición. En diversos estudios realizados a lo largo del mundo, cuando se le pregunta a la población general sobre qué entiende por “felicidad”, surgen definiciones dispersas y,

en algunos casos, hasta contradictorias. Ni los filósofos se han puesto de acuerdo. Pero la luz al final del túnel la trae la ciencia a través de la psicología. Diversos estudios ya van consolidando una noción compartida sobre qué compone la felicidad y cuáles son sus determinantes.

Antes de darle la definición científica vigente, queremos advertirle al lector que el campo de la felicidad sigue en desarrollo. Aunque existen importantes hallazgos generales, aún no se puede afirmar que haya una fórmula infalible para alcanzarla, es decir, que “los hábitos para vivir feliz” que sirven para algunos no garantizan ser igualmente efectivos para otros. Incluso pueden llegar a ser estresantes y contraproducentes (Davies, 2015; Sosa, 2018a).

Pero no se desanime; este libro no busca convencerlo de que la felicidad sea inalcanzable. Al contrario, le explica su complejidad para ayudarlo a seleccionar aquello que le sea útil en toda la masiva “industria” de búsqueda de la felicidad. ¿Sabía que en Amazon.com hay más de 5 mil libros cuyo título contiene la palabra “felicidad”, más de 7 mil con la palabra “feliz” y más de 50 mil con la palabra “happiness”?

En este libro le mostraremos las evidencias científicas de la felicidad que, en esencia, nos indican que el tema es complejo, pero que debemos entenderlo en el contexto peruano: Kusikuy (“felicidad” en quechua). Entre varios ejemplos, el que las personas de “base 6” son más felices que las de “base 5”, que la riqueza del país donde uno vive influye más que la riqueza individual, entre muchas otras características que deben tomarse en cuenta. El Kusikuy tiene una interesante lógica de fondo, que develaremos juntos en las siguientes secciones.

1

LA DEFINICIÓN DE FELICIDAD

24

“Felicidad: [1] Estado de grata satisfacción espiritual y física. [2] Persona, situación, objeto o conjunto de ellos que contribuyen a hacer feliz. [3] Ausencia de inconvenientes o tropiezos”

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española

Considerando su origen etimológico, podemos entender de manera más simple su significado. La palabra proviene de la voz griega *felicitas*, que significa *fertilidad*. Uniendo piezas, entre el estado de satisfacción mencionado en el Diccionario de la RAE y el origen griego, podríamos pensar en que la felicidad es “la consecuencia del logro de objetivos y solución de retos”. En inglés, la visión es distinta, pues felicidad (“happiness”) viene del verbo “happen”, entendiéndose como un suceso más fortuito, y no tanto como un resultado planificado.

Ya que las definiciones lingüísticas nos explican la felicidad como un sustantivo, un adjetivo, un oxímoron y una tautología, todo a la vez, para entenderla de un modo más concreto nos conviene analizarla desde la ciencia, específicamente mediante la psicología, que es la ciencia social que más ha estudiado este tema.

Desde hace varias décadas, la psicología ha dejado de centrarse solo en los trastornos mentales, y han surgido diversas escuelas psicológicas enfocadas en estudiar y promover la felicidad, siendo la Psicología Positiva la que ha ganado más fama, con conocidos autores como Martin Seligman y Mihaly Csikszentmihalyi. Otra corriente que está cobrando popularidad es el “Mindfulness”, que integra conceptos de psicología con enseñanzas budistas. Entre las escuelas más clásicas sobre este tema figuran el Humanismo y la Logoterapia, que ubican la realización personal como el fin último.

Integrando los planteamientos de las escuelas mencionadas, podemos definir la felicidad de la siguiente manera: *estado de ánimo individual derivado de la percepción* acerca de cuán plenamente satisfecho se encuentra respecto al *logro de sus deseos*. Esta definición implica:

- La relación entre fenómenos afectivos y cognitivos (específicamente del “estado de ánimo” y la “percepción”).
- Un proceso motivacional (reflejado mediante “el logro de deseos”).

Analizaremos cada una de estas implicancias en las siguientes secciones.

LA RELACIÓN ENTRE LO AFECTIVO Y LO COGNITIVO

La mente busca dar significado a todo lo que vive y lo que la rodea. En el campo de la felicidad, los individuos, de manera espontánea y permanente, evalúan (cognitivamente) “cómo están” y “cómo los hace sentir (afectivamente) esa evaluación” (Ardila, 2013). Esta relación cognitivo-afectiva adopta muchas formas, siendo las cuatro más conocidas las siguientes:

La comparación con el pasado

Consiste en comparar la situación actual con la del pasado. Cómo estoy versus cómo estuve. La felicidad sobre la base de la comparación con el pasado es un criterio subjetivo, pues depende de las valoraciones del pasado y del presente de cada individuo. Si se percibe que el presente es mejor, habrá un sentido de progreso personal; pero si se percibe empeoramiento, despertarán afectos negativos como el estancamiento o el vacío existencial. Al contrario de algunos dichos populares que proponen el aumento de la felicidad mediante el olvido del pasado (“pasar la página”) o aferrarse al pasado (“todo tiempo pasado fue mejor”), ser conscientes de haber progresado en el tiempo parece ser un mejor camino.

“Si estás deprimido, estás viviendo en el pasado. Si estás ansioso, estás viviendo en el futuro. Si estás en paz, estás viviendo el presente”

Lao Tzu (601 a. C - 531 a. C.)

La comparación con los otros

Otro referente sobre *cómo estamos* es la comparación con la situación de los demás. Cómo estoy yo versus cómo están los otros. Evaluar la situación de las demás personas permite construir mentalmente un extremo positivo y otro negativo con los cuales compararse, juzgarse y ubicarse. Este es un criterio subjetivo, pues depende de las valoraciones y preferencias de cada individuo. La comparación con otros tenderá a ser más favorable para algunos y menos favorable para otros. Pero para quienes no se ubican en estos extremos (la mayoría), el criterio de comparación puede resultar frustrante, pues los referentes de bienestar son actualizables, es decir, los símbolos de bienestar del pasado pueden ser la normalidad en el presente (como tener un celular). Por esta razón, diversos autores sugieren que la felicidad debe centrarse en el uso de criterios internos y no externos.

“El hombre que hace que todo lo que lleve a la felicidad dependa de él mismo, ya no de los demás, ha adoptado el mejor plan para vivir feliz”

Platón (427 a. C. - 347 a. C.)

El vivenciar el aquí y el ahora (“flow”)

El psicólogo croata Mihaly Csikszentmihalyi desarrolló el concepto de “flow”, que es un estado de absorción total que se experimenta al entregarse por completo a una tarea (intelectual o física) donde se pueden generar altos niveles de satisfacción. Por ejemplo, en un estudio que publicó en el 2003, la realización de obligaciones (como las actividades escolares) obtuvo puntajes de felicidad por debajo del promedio, mientras que los puntajes de quienes realizaban actividades de ocio social estuvieron por encima. Paradójicamente, los jóvenes que pasaban más tiempo entre la escuela y/o realizaban otras actividades sociales resultaron ser los más felices, pues la felicidad se relacionaba positivamente con pasar más tiempo con amigos.

“No hay un camino a la felicidad: la felicidad es el camino”

Buda Gautama

El altruismo

Este concepto sugiere que la forma en que las personas gastan su dinero puede ser tan importante como la cantidad de dinero que ganan. Al respecto, algunos autores han encontrado que gastar dinero en los demás genera más felicidad que hacerlo en uno mismo. Por ejemplo, en el trabajo *Spending Money on Others Promotes Happiness*, de Elizabeth W. Dunn (2008), donde se dio dinero a voluntarios y se les indicó sobre cómo gastarlo, el gasto altruista mostró mayor satisfacción.

EL PROCESO MOTIVACIONAL (CALIDAD DE VIDA, BIENESTAR SUBJETIVO Y SATISFACCIÓN)

Para entender el proceso motivacional, debemos analizar los elementos que intervienen en la felicidad. Para eso vamos a diferenciar términos como “calidad de vida”, “bienestar (subjetivo)” y “satisfacción”, que diversos trabajos utilizan como sinónimos intercambiables. Pero no lo son. Realmente, uno es consecuencia del otro.

“Si puedes imaginarlo, puedes hacerlo”

Walt Disney (1901-1966)

Calidad de vida

Es el concepto más general. Implica la evaluación de las circunstancias generales en las que viven los individuos. Sirve de calificativo para evaluar el estado de un conjunto de condiciones (como el nivel educativo, el estatus económico, las relaciones en el hogar, entre otras). Según el sociólogo holandés Ruut Veenhoven (2000), entre los aspectos que tradicionalmente son considerados como “calidad de vida” se encuentran tanto oportunidades (circunstancias favorables) como resultados (logros). Ambos pueden dividirse entre aspectos externos (del medio ambiente) y aspectos internos (del individuo).

Bienestar (las oportunidades externas e internas)

El bienestar se relaciona con el acceso a oportunidades. Se habla de “bienestar externo” cuando la situación del entorno (ciudad, país, región) es favorable en temas económicos, de libertades y/o distribución de recursos. Por otro lado, se llama “bienestar interno” o “bienestar subjetivo” a las condiciones fisiológicas y/o psicológicas necesarias para vivir plenamente. El bienestar es la medida más usada para estimar la felicidad por diversos autores, porque es más sencilla para evaluar y comparar entre distintas culturas.

Satisfacción

Es un término más concreto que los anteriores. La satisfacción puede variar en profundidad (ser parcial o plena) y en duración (momentánea o duradera). La satisfacción asociada a la felicidad es la satisfacción plena y duradera. Este es un concepto complejo, así que empezaremos con los demás casos. Las satisfacciones más conocidas son las parciales y momentáneas que se dan, por ejemplo, en el consumo de alimentos. Las satisfacciones parciales y duraderas se pueden lograr con conductas de más largo plazo, como el educarse o el formar una familia. Ambos tipos de satisfacciones (parciales) se ciñen a un proceso, que se inicia al percibirse una necesidad; luego hay una fijación de metas que pretenden saciar dicha necesidad y, finalmente, se llevan a cabo conductas acordes. En este proceso hay tres componentes que deben entenderse:

Necesidad:

“Es la consciencia de la falta de algo que se requiere para (i) sobrevivir físicamente y/o (ii) para sentirse bien” (Rivera, Arellano & Molero, 2009). Este es el punto de partida de la motivación, debido que en este nivel se generan desequilibrios que despiertan reacciones orientadas a recuperar el equilibrio. Existen muchos tipos de necesidades; algunas son muy básicas, como el hambre y la sed, pero otras son más complejas, como la ambición de poder y la autorrealización. Las necesidades son contenidos mentales muy íntimos, al punto que a veces no son fácilmente reconocibles y comunicables.

Deseos-metas:

Son impulsos “con nombre propio” (Rivera, Arellano & Molero, 2009) orientados a cubrir necesidades. Estos son aprendidos culturalmente (puede tratarse de objetos materiales, estados emocionales, símbolos, entre muchas otras cosas). Por ejemplo, cuando tenemos sed, los peruanos hemos aprendido que la chicha morada nos puede solucionar ese problema, pero personas de otros países no tendrán el mismo impulso. Los deseos-metas han sido categorizados de muchas formas por la psicología y el marketing; los más conocidos son los fisiológicos/psicológicos, los racionales/emocionales, los primarios/selectivos, los conscientes/inconscientes y los positivos/negativos.

Demanda:

Se trata de una intención de alcanzar los deseos-metas “viabiles”, pues implica la disposición de los suficientes recursos. Ambos, los deseos-metas y los recursos en juego, pueden ser cosas no-materiales, tales como los afectos o el estatus. La falta de consecución de los deseos-metas puede generar frustración, pero la consecución no garantiza inequívocamente la satisfacción, pues también puede darse la decepción con malas decisiones.

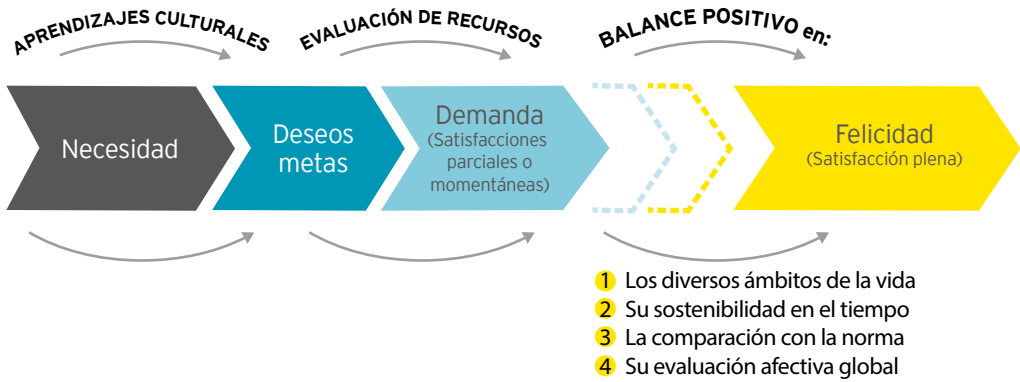
Figura 1. Ecuación de insatisfacción-satisfacción

Volviendo a la satisfacción plena y duradera, podemos definirla como un juicio global de nuestras vidas, y es resultado de la percepción agregada de las satisfacciones parciales. Por lo tanto, la satisfacción con la vida (o la felicidad) no sigue una fórmula lineal, sino que se va construyendo conforme a las ambiciones, situaciones e interpretaciones personales; se va construyendo “paso a paso”.

“La felicidad no es algo que ya esté hecho; emana de nuestras propias acciones”

Dalai Lama

Figura 2. Modelo general de felicidad



Fuente: Elaboración propia (Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos)

Esta definición está bastante bien representada en la conjugación de nuestra palabra quechua kusikuy, donde vemos la agregación que señala nuestro modelo de felicidad:

- ▶ **Kusi** = satisfacción parcial asociada al placer, satisfacción, alegría o gozo
- ▶ **Kusikuy** = estado de ánimo experimentado en estado de bienestar

2 ¿CÓMO SE MIDE LA FELICIDAD?

30

Diversos estudios académicos e institucionales han usado dos grandes métricas para medir la felicidad: la objetiva y la subjetiva.

LAS MÉTRICAS OBJETIVAS

En ellas se encuentran los aspectos de bienestar (especialmente material) que los investigadores consideran más importantes. En este tipo de medidas están el ingreso, la salud, entre otras medidas de bienestar que, presuntamente, garantizarían la felicidad. La ventaja es su sencillez de medida, ya que su satisfacción puede evaluarse de manera directa. El psicólogo peruano Jorge Yamamoto, en su tesis doctoral de 2015, critica esta práctica por considerarla una tradición de imposición cultural de los criterios anglosajones.

LAS MÉTRICAS SUBJETIVAS

Son las declaraciones sobre la autopercepción de los individuos respecto a su nivel de felicidad integral. En este tipo de medidas influyen aspectos más íntimos, como las emociones, los logros personales, las percepciones sobre la vida y el placer.

Hasta la fecha, todos los estudios sobre la felicidad han tomado alguna de las posturas o una combinación de ellas. El interés y los avances sobre el tema han aumentado, lo que en el tiempo ha generado más instrumentos, nuevas metodologías y la consideración de otras muestras, contextos, variables, etc. (Kahneman, Diener & Schwarz, 1999).

Otra forma de abordarla (compatible con la anterior) es estudiándola de manera global (como un todo monolítico), en contraposición de su estudio como la suma de satisfacciones. A continuación, algunas citas importantes:

LA FELICIDAD COMO UNA EVALUACIÓN GLOBAL

Se refiere al bienestar subjetivo como un estado general de satisfacción con la vida (Diener & Emmons, 1985), relacionado con la presencia de afectos positivos y la ausencia de afectos negativos (Yamamoto, 2015). Es una evaluación general que no detalla los efectos de la satisfacción de deseos-metas específicos (Ryan & Deci, 2000), sino que se evalúa a través de preguntas generales sobre la satisfacción de los individuos con sus vidas.

Por ejemplo, desde el año 2001, el European Social Survey (ESS) mide la felicidad mediante la siguiente pregunta: "¿Cuán feliz es usted?". En 2014, El Pew Research Center publicó su estudio internacional en el cual se evaluó la felicidad percibida a través de la pregunta: "¿Qué tan satisfecho está con su vida?" dando una escala del 0 al 10. La empresa Gallup Internacional, en su estudio de Felicidad Mundial, realiza la siguiente pregunta: "Sobre su vida en general, ¿usted personalmente se siente muy feliz, feliz, ni feliz ni infeliz, infeliz o muy infeliz?", mediante la cual considera como felices a los que respondieron las dos primeras alternativas.

Otro enfoque relacionado es el de las disposiciones biológicas, que explican la felicidad en términos de los mecanismos fisiológicos implicados en la felicidad. Gilbert y colegas (2008) clasifican estos mecanismos en dos tipos: uno asociado a las dopaminas, que controla el impulso y el esfuerzo de búsqueda, los cuales afectan el nivel de compromiso y el sentido dado a la vida. El otro tipo está ligado al sistema opiáceo y a las oxitocinas, que inducen la relajación, el disfrute y la alegría. Debido a que estos últimos funcionan de manera heterogénea entre los individuos, las personas tendrían umbrales de placer diferentes, donde algunas serían más propensas al disfrute que otras. El biólogo cognitivo Ladislav Kováč (2000) va un paso más allá y relaciona los distintos componentes biológicos con las distintas formas de felicidad (indicadas al inicio de este capítulo), postulando que todas las formas de felicidad pueden integrarse fisiológicamente.

LA FELICIDAD COMO LA SUMA DE SATISFACCIONES

Consiste en que el bienestar subjetivo (o felicidad) se alcanza a través de la satisfacción de necesidades universales. Esta postura se remonta a autores clásicos como Jeremy Bentham (1781), quien definía la felicidad como la suma de placeres y dolores, y creía que la felicidad podía cuantificarse.

Esta perspectiva sigue vigente en autores más actuales como Daniel Kahneman junto con Alan Krueger en el año 2006, quienes desarrollaron, un experimento en el que pedía a los participantes asignar un grado de felicidad a cada una de sus acciones diarias, descubriendo que ciertas actividades, como el sexo, salir con amigos y relajarse ante la televisión, puntuaban muy alto, mientras que dormir poco y tener una agenda laboral muy apretada eran las actividades más desagradables. Entonces, la familia y la amistad son elementos muy importantes, por encima de las actividades relacionadas con el dinero (una vez que ya se ha cubierto lo básico). Otro estudio relacionado es el de los psicólogos estadounidenses Louis Tay y Ed Diener (2011) quienes, en una muestra de 123 países, examinaron el efecto de la satisfacción de ciertas necesidades y comprobaron que estas siguen un orden de importancia.

Existen muchos otros inventarios de felicidad, los cuales han sido recopilados en el artículo del año 2006 del psicólogo peruano Reynaldo Alarcón. Entre los más importantes se encuentran el Oxford Happiness Inventory (OHI), el Oxford Happiness Questionnaire, el Satisfaction with Life Scale, la Escala de Bienestar Psicológico y la Escala de Bienestar Subjetivo. Alarcón concluyó que, en todos estos inventarios, la felicidad estaba muy influenciada por los factores culturales y que las pruebas psicológicas solían perder sus propiedades psicométricas al ser utilizadas en entornos culturales distintos al de su origen.

3

LOS PRINCIPALES ESTUDIOS ACERCA DE LA FELICIDAD

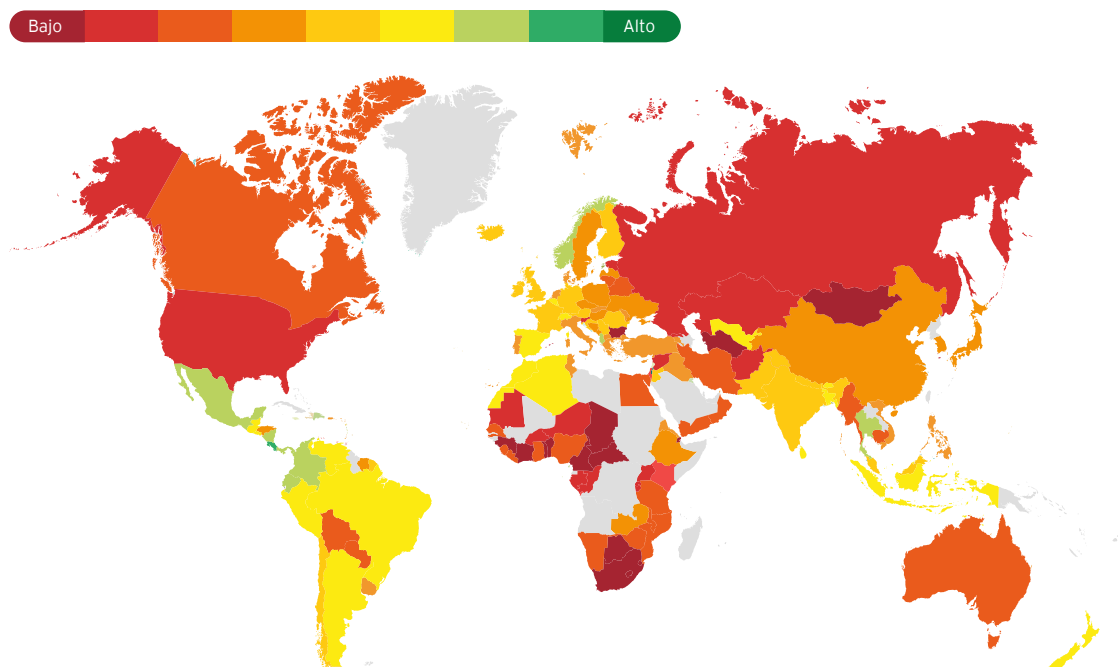
32

Existen varios índices que comparan la felicidad entre los países, y todos ellos difieren en las variables usadas y en las estructuras de sus fórmulas. Los más conocidos son los siguientes:

HAPPY PLANET INDEX

Evalúa el progreso en los países; específicamente considera: los logros de largo plazo, la felicidad y la sostenibilidad. Su propósito es visibilizar los retos para tener una calidad de vida óptima. Entre sus indicadores se incluyen diferentes aspectos, como la esperanza de vida, la equidad de resultados (diferencias entre los miembros de un mismo país) y el impacto medioambiental. En este índice, América Latina (y Perú) está entre los mejores puntuados del mundo.

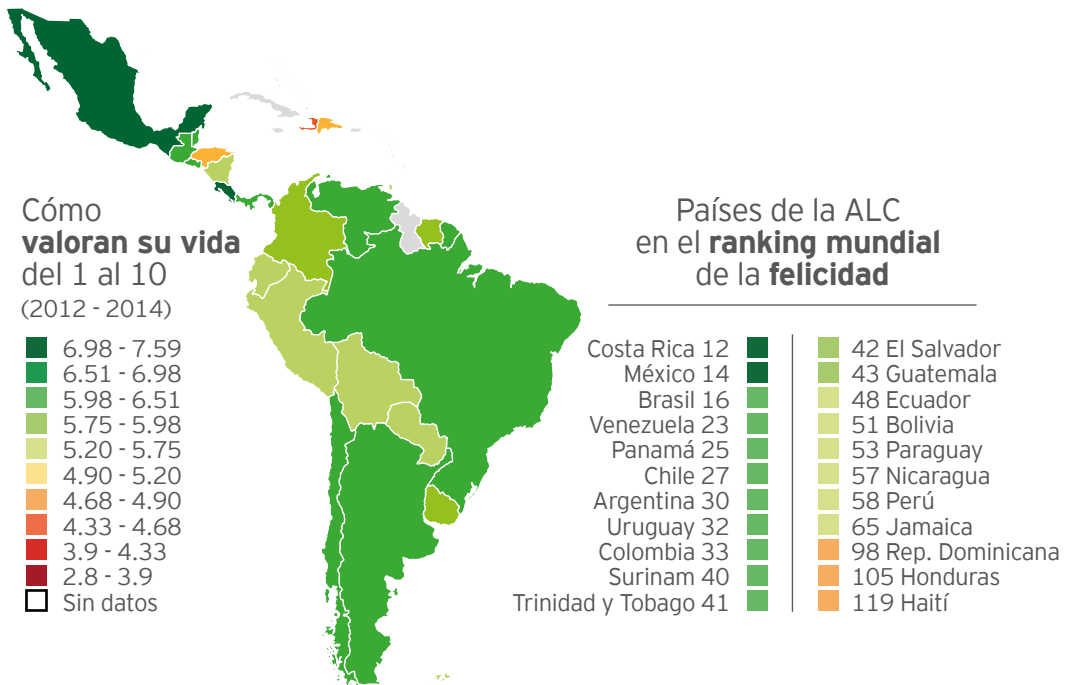
Figura 3. Mapa de felicidad (Happy Planet Index, 2017)



WORLD VALUE SURVEY (WVS)

Se inició en los años 80 y muestra el crecimiento de distintos aspectos subjetivos, como los valores y la felicidad. En este índice, los países nórdicos y los de América Latina tienden a ser los más felices. Sus resultados evolutivos muestran un aumento de la calidad de vida y la extensión de la democracia en países emergentes. El director del World Value Survey y politólogo estadounidense, Ronald Inglehart, indicó que ambos fenómenos tendrían que ver con el hecho de que en esas sociedades se estarían dando más libertades personales para explorar la felicidad individual. Sin embargo, aunque las condiciones de la felicidad son favorables para América Latina, estas no son homogéneas y son dinámicas entre países. Figura 4 publicada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en el 2015.

Figura 4. Ranking de felicidad del BID

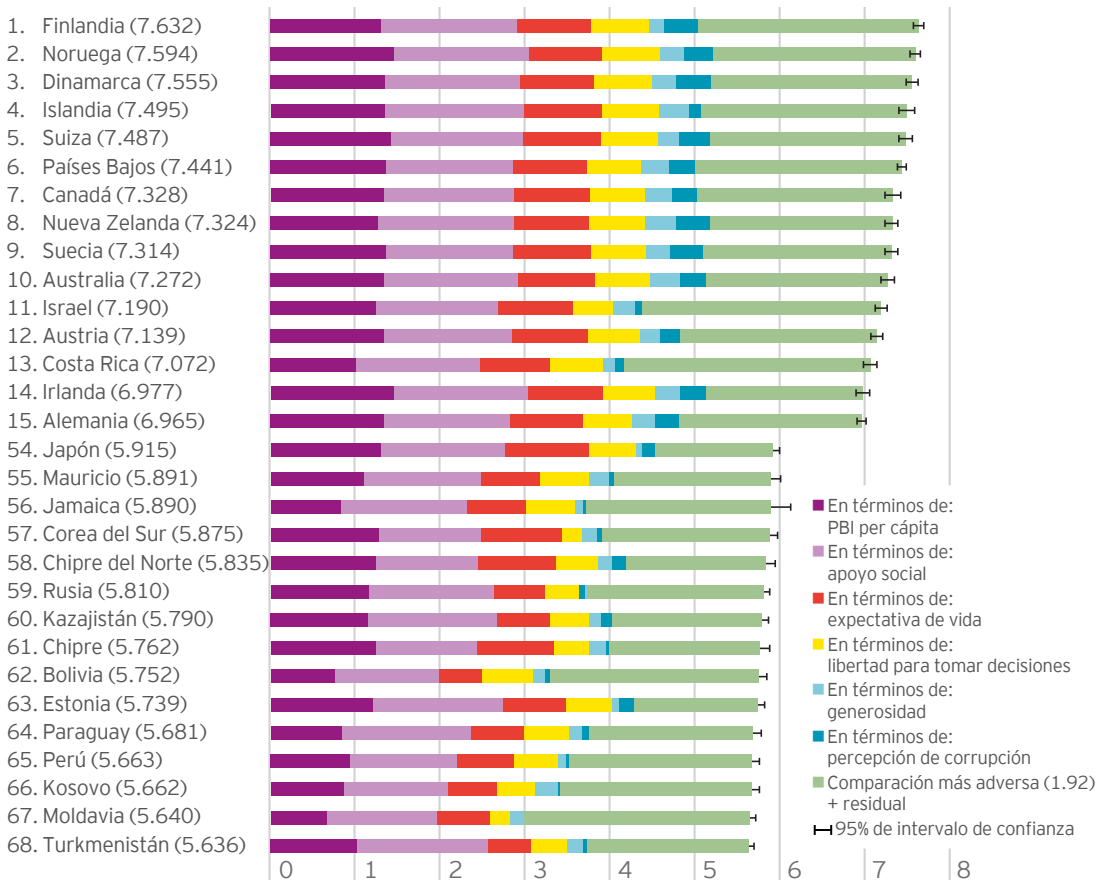


Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo - BID (2015)

WORLD HAPPINESS REPORT

Es realizado por la red de Soluciones de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, y busca visibilizar el estado de bienestar para ser tomado en cuenta en las políticas públicas de los países. En este índice, los países desarrollados tienen, en general, los puestos más altos. Usa variables como el PBI per cápita, la salud física y mental, la situación laboral, la esperanza de vida, la sensación de solidaridad, la libertad (para elegir), el nivel de generosidad (filantropía) y la sensación de corrupción. Entre sus limitaciones está el hecho que toma algunos datos de tres años anteriores; es decir, los indicadores de 2018 usaron datos tomados entre 2015 y 2017.

Figura 5. Ranking de felicidad del World Happiness Report

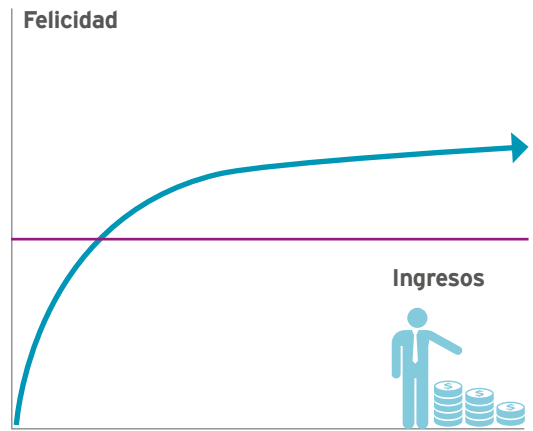


Fuente: Estudio World Happiness Report, realizado por Helliwel, Layard y Sachs (2018) para la Organización de las Naciones Unidas (ONU)

ECONOMÍA DE LA FELICIDAD

Muchas investigaciones han estudiado la relación entre la felicidad (en todas sus formas de medida) y la riqueza, las cuales han encontrado datos muy interesantes. Algunos estudios indican que la desigualdad de ingresos influye fuertemente en la felicidad, mientras que otros no hallan esa correlación. ¿Qué significa esta aparente incongruencia? de manera general, que el dinero no es el único ni el principal factor que determina la felicidad. La principal consideración es la distinción entre la riqueza individual y la riqueza nacional, siendo una moderadora de la otra. Los ingresos propios hacen sentirse a los individuos más autosuficientes y a comportarse en consecuencia. Pero, cuando se supera un mínimo (usualmente la línea de pobreza), la relación entre el dinero y felicidad se desacopla, y el aumento de la riqueza pierde efecto sobre la felicidad.

Figura 6. Curva de la felicidad



Fuente: Elaboración propia (Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos)

Louis Tay y Ed Diener (2011) discuten que, en los niveles de no-pobreza individual, la felicidad puede aumentar en contextos de mayor riqueza nacional, pues la felicidad también es un concepto social. Las naciones más ricas proporcionan un nivel de vida material más alto para sus ciudadanos, pero también tienden a ser más abiertas, libres, educadas y pluralistas. El desarrollo económico libera a las personas de las redes de obligaciones sociales. No basta con uno aisladamente, sino que debe extenderse a todos los individuos de una sociedad.

4 CÓMO SE USA EL INDICADOR DE FELICIDAD

36

LA FELICIDAD COMO OBJETIVO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Al entender que los indicadores económicos no determinan el bienestar subjetivo/felicidad de los ciudadanos, los gobiernos han comprendido que medir dichos estados a través del PBI no es adecuado. Frente a este déficit, hay un creciente interés por emplear indicadores de bienestar y felicidad que abarquen aspectos no económicos, entre ellos la autopercepción y los logros personales. Ya se han dado algunos pasos importantes, como en el 2011, donde la ONU mediante la resolución A/65/L.86 demandó formalmente la construcción e implementación de un “enfoque hacia el desarrollo” que apuntara hacia la sostenibilidad y la felicidad.

“La felicidad es como una mariposa: cuanto más la persigues, más te eludirá. Pero si vuelves tu atención a otras cosas, vendrá y suavemente se posará en tu hombro”

Henry David Thoreau (1817-1862)

Entre algunos ejemplos de países que han desarrollado e implementado políticas públicas para la felicidad, tenemos los siguientes:

Bután: índice de Felicidad Nacional Bruta

El Reino de Bután adicionó la Felicidad Nacional Bruta (FNB) como una medida complementaria al PBI para medir la prosperidad, dándole prioridad sobre la riqueza material. En el FNB se evalúan diversos factores que van desde aspectos

psicológicos hasta el uso de tiempo. Estos factores se basan en los siguientes cuatro pilares:

1. El desarrollo socioeconómico sostenible e igualitario.
2. La protección y promoción de valores culturales.
3. La conservación del medio ambiente.
4. Un buen gobierno.

India: Ministerio de la Felicidad

Esta entidad tiene como finalidad asegurar que la gente común esté contenta para garantizar que sean seres equilibrados, funcionales y productivos en todos los aspectos de la vida. El Gobierno indio ha asumido tal medida como parte de la gestión de la salud pública, y ha desplegado paneles de expertos multidisciplinarios que ya han desarrollado más de 70 programas sociales relacionados con el arte, el yoga, la meditación y otras prácticas espirituales, cuya efectividad en lograr la felicidad de la población es medida a través de la FNB. Además, hay actividades educativas, como la enseñanza de “clases de felicidad” para los estudiantes de primaria mediante historias y terapia de la risa.

Emiratos Árabes Unidos (EAU): Ministerio de la Felicidad

Este ministerio también ha implementado medidas públicas, como la encuesta para evaluar el grado de satisfacción de los empleados en las oficinas públicas (usando emoticones), un “Diálogo Global sobre Felicidad”, en la Cumbre Mundial de Gobierno, y la campaña “100 días de pensamiento positivo”, dirigida a estudiantes y profesores.

Otras experiencias

Otras iniciativas con actividades más discretas se han dado en España, Francia, Ecuador y

Venezuela. En España, por ejemplo, han señalado que se abrirá el primer centro para medir la FNB. En Francia se ha convocado a un panel de expertos, liderado por dos premios nobel de Economía, Joseph Stiglitz y Amartya Sen, con la finalidad de medir el nivel de felicidad de la población para diseñar políticas públicas. Sobre los otros países se anunció la creación de entidades especializadas, pero sus actividades y resultados no han sido tan divulgadas como los de Bután, India y EAU.

LA FELICIDAD COMO MÁXIMA MORAL Y FILOSOFÍA DE VIDA

Gracias al avance del conocimiento de la felicidad, los debates se han venido enriqueciendo. Algunos autores toman posturas críticas, como la periodista y activista canadiense Naomi Klein, quien critica el desmedido poder de la industria sobre la felicidad. Asimismo, el escritor inglés William Davies describe los peligros y daños de “la industria de la felicidad” y cómo esta presiona la organización de la sociedad.

Filósofos clásicos también han realizado importantes propuestas sobre *cómo debería organizarse la sociedad* para garantizar niveles de felicidad óptimos y homogéneos entre sus miembros. Quizá la propuesta más conocida de este tipo sea la de Immanuel Kant y sus máximas morales (que llamó “imperativos categóricos”). Kant establece que el razonamiento debe ser el criterio máximo para actuar, y no las exigencias sociales ni las tradiciones o los supuestos dogmáticos. Es decir, para Kant, las acciones serán justificables si son consideradas racionalmente como correctas.

Otra de las propuestas más populares es el “utilitarismo”, rama filosófica de la ética. Uno de los pensadores más icónicos del utilitarismo,

Stuart Mill, relaciona la felicidad con las relaciones sociales sanas; por lo tanto, propone que la sociedad debe orientarse a proteger las libertades y potenciales individuales. Sin embargo, bajo esta perspectiva, las acciones son juzgadas por sus consecuencias sociales; por ende, el bien del grupo primaría sobre el individual.

“He aprendido a buscar mi felicidad limitando mis deseos en vez de satisfacerlos”

John Stuart Mill (1806 -1873)

La moral también ha sido analizada desde la psicología, siendo Lawrence Kohlberg quien ha hecho más aportes sobre el tema. Según su modelo de desarrollo psicomoral, el grado de maduración cognitiva complejiza los criterios morales. La maduración cognitiva está determinada por la edad (por cuestiones fisiológicas) y por la educación; por consiguiente, en sociedades donde hay grandes desigualdades de oportunidades, es esperable que los criterios morales sean muy heterogéneos y que sea difícil tener objetivos comunes.

“La felicidad no puede ser obtenida queriendo ser feliz. Tiene que aparecer como consecuencia no buscada de perseguir una meta mayor que uno mismo”

Viktor Frankl (1905-1997)

Capi- tu- lio





La felicidad en el Perú

Para conocer cuán felices somos y qué cosas explican nuestra felicidad, Arellano Consultoría para crecer, por encargo de EY, USIL y Perú 2021, realizó a inicios de 2018, un estudio cuantitativo que pudiera estimar objetivamente estos aspectos. Para asegurar que este estudio tuviera las preguntas y opciones de respuesta más adecuadas, previamente se llevaron a cabo procedimientos extra que serán explicados a detalle en las siguientes secciones.

1 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El estudio mencionado se desarrolló en tres etapas secuenciales que permitieron afinar la rigurosidad de la forma de abordar el tema. En la primera etapa, comúnmente llamada “revisión de la literatura”, se analizaron las publicaciones científicas más importantes del tema en el Perú y América Latina, con el objetivo de identificar qué considerar en nuestro estudio. Usualmente, la revisión de literatura sirve como marco teórico de referencia, que debe validarse en la realidad de una manera empírica que permita explorar y perfeccionar los supuestos.

Como la segunda etapa requería una técnica flexible, se realizó un estudio cualitativo, mediante el cual se buscó distinguir qué aspectos de la literatura se cumplían en nuestro contexto, cuáles no y cuáles demandaban adaptaciones particulares. Sobre la base de esta validación se elaboró un cuestionario que sería usado en el estudio cuantitativo. La tercera etapa fue una encuesta con muestreo probabilístico donde se cuantificaron los resultados y se realizó un análisis desglosado por deseos-metas y por segmentos.

Las tres etapas serán explicadas a detalle en las siguientes secciones.

REVISIÓN DE LITERATURA: ¿QUÉ SE SABE DE LA FELICIDAD EN EL PERÚ?

Figura 7. Valla publicitaria en Perú

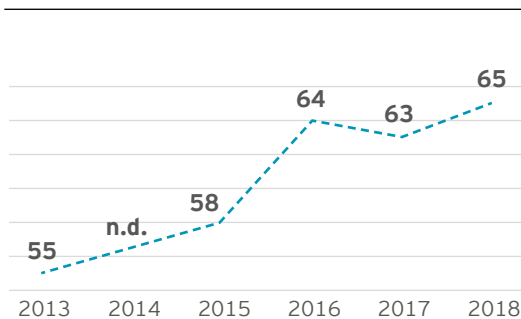


En la discusión teórica mostrada al inicio de este libro se explicó cómo el contexto influenciaba a la felicidad; por ello, debe conocerse cómo se da la felicidad específicamente en el contexto peruano. Así, la presente revisión busca saber qué satisfacciones han sido identificadas como prioritarias. A continuación se muestran los principales avances sobre el tema.

Global Happiness Report (Naciones Unidas)

Como se explicó en la sección anterior, este es un estudio que combina indicadores objetivos y subjetivos. En el indicador del 2018, el Perú se ubicó en el puesto 65 a nivel mundial, siendo el tercero más bajo en América Latina, después de Paraguay (puesto 64) y Venezuela (puesto 102). Sin embargo, la posición de Perú respecto a estos dos últimos países es principalmente coyuntural, pues su tendencia es distinta a la que se cree. En 2013, el Perú ocupó un puesto mundial más alto (puesto 55), pero incluso así fue el más bajo en América Latina (Paraguay ocupaba el puesto 54, y Venezuela, el 20). Que el Perú haya pasado del último al antepenúltimo puesto en este ranking es explicado no por el mérito propio, sino por la desdicha ajena. Nos estamos quedando atrás.

Figura 8. Evolutivo del puesto ocupado por Perú en el ranking del Global Happiness Report de la ONU (2013-2018)



Fuente: elaboración propia en base a los datos del Global Happiness Report

*No existe dato para el año 2014. Se hicieron estimaciones.

Alarcón (2006)

El psicólogo peruano Reynaldo Alarcón desarrolló una escala de felicidad y la validó en una muestra de 709 jóvenes estudiantes de universidades particulares de Lima. Elaboró su escala partiendo de inventarios de felicidad ya existentes e incluyendo algunas propuestas propias, la cual sometió a la técnica de criterio de jueces y a pruebas piloto. Finalmente, su escala obtuvo 27 ítems, que componían 4 dimensiones:

- ▶ El sentido positivo de la vida: que hace referencia a la ausencia de estados depresivos, de pesimismo y de vacío existencial (“no sufrir dolor en el cuerpo ni turbación en el alma”).
- ▶ La alegría de vivir: se refiere a “lo maravilloso que es vivir” y las experiencias positivas de la vida y sentirse generalmente bien.
- ▶ La satisfacción con la vida: vinculada a estados subjetivos de satisfacción por la posesión de los bienes deseados (y la subyacente motivación consciente hacia satisfactores deseados).
- ▶ La realización personal: expresa felicidad plena y la autosuficiencia (“no carecer de nada”).

Estudios de la felicidad de Jorge Yamamoto

En los últimos años, el autor que más ha estudiado la felicidad en el Perú es el psicólogo social Jorge Yamamoto, de quien reseñaremos algunos de sus trabajos sobre el tema.

En uno de sus primeros trabajos (Yamamoto & Feijoo, 2007) se estudió el significado de la felicidad en un conjunto de localidades que iban desde las periferias urbano-marginales de Junín hasta zonas rurales del valle del Mantaro, incluyendo el barrio de Huaycán, en Lima. A este diseño muestral lo llamó *sistema de corredor migratorio*, y su intención fue disponer de un continuo de modernidad-tradicionalidad para contrastar su grado de ajuste con las propuestas teóricas de reconocidos autores internacionales como Shalom Schwartz y Geert Hofstede. Igual que en el estudio de este libro, Yamamoto realizó una primera etapa de investigación cualitativa, usando una técnica etnográfica que consiste en convivir un tiempo con las poblaciones indicadas (lo hizo por tres meses) para identificar, de la manera más natural posible, cuáles son sus metas, recursos, valores y momentos relacionados con la felicidad.

Yamamoto encontró que, en esas zonas, los componentes de la felicidad son “Tener un lugar para vivir mejor”, “Formar una familia” y “Percibir desarrollo”. Con estos elementos, elaboró su cuestionario *Wellbeing in Developing Countries Quality of Life Dimension - Versión Perú / WQP* (disponible en Yamamoto, Feijoo & Lazarte, 2008). Los resultados de su estudio muestran que formar una familia es el elemento que más aporta a la felicidad, que la mayoría está insatisfecha con su

nivel de desarrollo y que hay una gran divergencia de resultados sobre tener un lugar para vivir mejor.

En otros estudios, Jorge Yamamoto y su equipo (2018) han encontrado que la ciudad de Huancayo y algunas zonas del Valle del Mantaro son las más felices del país, debido a ciertas características de la cultura Wanka, como la autoestima reforzada por la combinación de la meritocracia con las celebraciones.

Estudios de felicidad realizados por empresas de investigación de mercados

Diversas encuestadoras peruanas hicieron estudios con tamaños de muestra amplios, con el objetivo de tener una medida simple de la felicidad de las personas. Estos estudios dieron resultados variados que si bien tenían algunas diferencias entre ellos, de manera general todos mostraban un nivel de felicidad medianamente alto en los peruanos.

En el Estudio Nacional del Consumidor Peruano de 2013, Arellano Consultoría para crecer incluyó una pregunta sobre felicidad cuyo principal resultado fue comprobar que la segmentación por Estilos de Vida LATIR permitía diferenciar distintas formas de definir la felicidad y distintas estrategias para alcanzarla. Los Estilos de Vida LATIR son una forma de agrupar a individuos que se parecen en su manera integral de pensar y de comportarse. Esta clasificación va más allá del “ser” (hombre o mujer, joven o viejo, etc.) o del tener (rico o pobre, A, B o C, etc.), pues muestra a la persona integralmente en su manera de pensar y comportarse.

Esta segmentación fue publicada por primera vez en un libro en 1995, reeditada en 2005 y actualizada en posteriores libros, en 2009 y 2017. En ella, Rolando Arellano Cueva identifica que los estilos de vida vigentes (llamados LATIR) de los peruanos y latinoamericanos son los siguientes seis:

- ▶ **Los Sofisticados:** Segmento conformado por hombres y mujeres con más ingresos que el promedio. Son muy modernos, educados, liberales, cosmopolitas, y valoran mucho la imagen personal. Siguen la moda, son innovadores en el consumo y cazadores de tendencias. Les importa mucho su estatus y valoran mucho el servicio y la calidad. La mayoría son más jóvenes que el promedio de la población.
- ▶ **Los Progresistas:** Hombres que buscan permanentemente el progreso personal y familiar. Aunque están en todos los niveles de ingreso, son en su mayoría obreros y empresarios (formales e informales). Los mueve el deseo de revertir su situación y avanzar, y están siempre detrás de las oportunidades. Son extremadamente prácticos y tienden a estudiar carreras cortas para salir a “producir” lo antes posible.
- ▶ **Las Modernas:** Mujeres que trabajan y/o estudian, cuyo principal centro de atención no es el hogar. Buscan su realización personal como mujer y como mamá. Se maquillan, se mantienen siempre arregladas y buscan reconocimiento de la sociedad por su actividad. Son abiertas a nuevas ideas, reniegan del machismo y les encanta salir de compras; les gusta adquirir productos de marca para ellas y, también, productos que les faciliten las tareas del hogar. Están en todos los estratos sociales.
- ▶ **Los Formalistas:** Hombres trabajadores y orientados a la familia, que valoran mucho su estatus social. Trabajan usualmente como oficinistas, empleados medios, profesores, obreros o en actividades independientes de mediano nivel. Generalmente buscan la mejora de la sociedad dentro de sus cánones tradicionales, aceptan con dificultad los cambios drásticos. Les gusta estar informados y esperan el reconocimiento de sus pares.
- ▶ **Las Conservadoras:** Conformado íntegramente por mujeres de todos los estratos de ingreso. Tienen una tendencia bastante religiosa y tradicional. Son las típicas “mamá gallina”, pues el centro de sus actividades se relaciona con el bienestar de sus hijos y su familia. Son las responsables de casi todos los gastos relacionados con el hogar. Se visten con prendas para “cubrirse” y solo utilizan maquillaje ocasionalmente. Gustan de las telenovelas, y su pasatiempo preferido es jugar con sus hijos.
- ▶ **Los Austeros:** Segmento mixto de hombres y mujeres con escasos recursos económicos y bajo nivel educativo. Generalmente, son personas de mayor edad que prefieren la vida simple y sin complicaciones. Más aún, si fuese posible, vivirían en el campo. Están resignados a su suerte, son reacios a los cambios, no les gusta tomar riesgos y no les agrada probar nuevas cosas. Muchos son inmigrantes, y allí está el porcentaje más alto de personas de origen indígena.

Los Estilos de Vida LATIR, según Rolando Arellano Cueva, son “formas de ser, tener, querer y actuar compartidas por un grupo significativo de personas”, las cuales encontrarían la realización personal en actividades específicas. La felicidad para cada una de ellas toma los siguientes

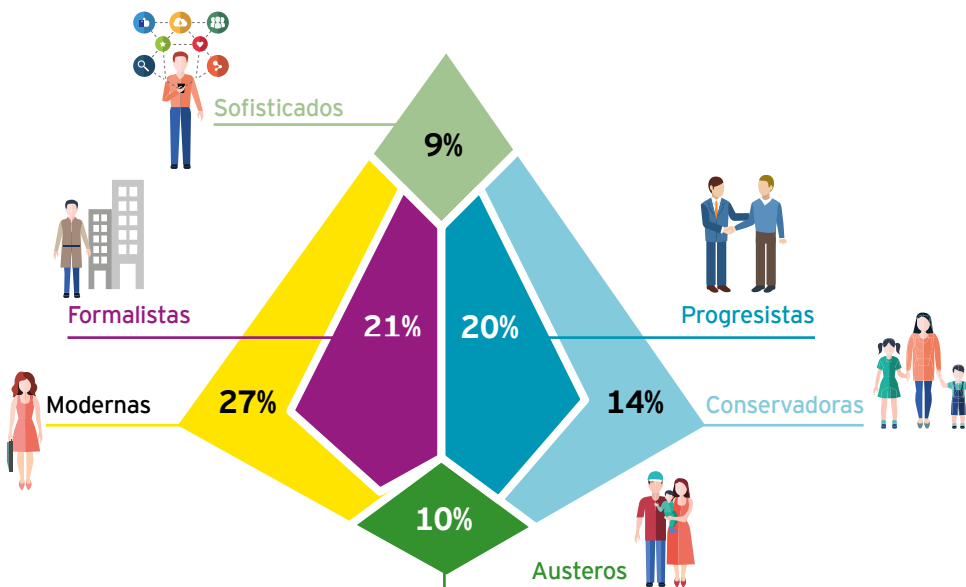
significados:

- ▶ Para los Sofisticados sería el reconocimiento social en aspectos como la inteligencia, la belleza, etc.
- ▶ Para los Progresistas serían los méritos del trabajo duro y el esmero.
- ▶ Para las Modernas sería la realización fuera del hogar, en equilibrio con su rol de madre.
- ▶ Para los Formalistas sería el liderazgo y el reunir símbolos de ascenso social.

- ▶ Para las Conservadoras sería el bienestar del hogar mediante la atención de su familia.
- ▶ Para los Austeros sería el sentirse apoyados, especialmente por la familia y personas cercanas.

Aunque los libros de los Estilos de Vida LATIR han dado aportes a la comprensión de la felicidad de los peruanos (y latinoamericanos), el desarrollo teórico sobre este tema aún no se ha realizado comprehensivamente.

Figura 9. Estilos de Vida LATIR, de Rolando Arellano Cueva



Fuente: ENCP, Arellano Consultoría para crecer

Entonces, el conjunto de estudios disponibles sobre la felicidad en el Perú evidencia que se conocen aspectos generales del tema. Los estudios locales que abordaron este tema con más detalle presentan diversos pros y contras. Los estudios académicos, aunque usaron técnicas de alto rigor científico, tuvieron muestras orientadas a segmentos sociales en los extremos sociales (como poblaciones rurales o jóvenes de universidades privadas).

El presente estudio toma los aprendizajes anteriores y desarrolla un instrumento orientado a la población general, con el objetivo de generalizar sus resultados (la llamada “validez externa”). Por ello se toma como eje la segmentación por Estilos de Vida LATIR, la cual es el principal avance en la integración de representatividad muestral y de profundidad de análisis.

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

El objetivo de la investigación cualitativa en la segunda etapa fue validar qué deseos encontrados en la literatura se cumplen en la población general e identificar la existencia de aspectos adicionales. Debido a que se exploran creencias personales (¿qué es la felicidad?) y motivaciones personales (¿cuáles son los deseos-metas más significativos?), se optó por utilizar la técnica de entrevistas en profundidad, cuya aplicación es uno-a-uno, lo cual permite abordar temas íntimos. Para estandarizar la exploración entre los diversos psicólogos que dirigieron las entrevistas, se elaboró una guía de entrevista con preguntas abiertas.

Se realizaron entrevistas en profundidad a 22 personas, hombres y mujeres, mayores de 18 años, de todas las Limas (norte, sur, este, centro y Callao), con cuotas representativas según niveles socioeconómicos y Estilos de Vida LATIR. La conformación se muestra en la Tabla 1, y se ejecutaron entre noviembre y diciembre de 2017.

Tabla 1. Distribución muestral del estudio cualitativo

ESTILO DE VIDA LATIR	HOMBRES	MUJERES
Sofisticados	2	1
Progresistas	5	
Modernas		4
Formalistas	3	
Conservadoras		4
Austeros		3
TOTAL	10	12

Como resultado se obtuvo que la definición de felicidad, pese a su heterogeneidad, se alinea con el dominio de deseos-metas descrito en la literatura. También se validaron varios de los ítems usados por Yamamoto y Alarcón, y surgieron espontáneamente otros ítems nuevos (como el efecto de las “instituciones públicas y privadas”). La lista de deseos-metas resultante está indicada en la Tabla 2 y sirvió de columna vertebral en la elaboración de la encuesta.

Los deseos-metas identificados



Tabla 2. Los deseos-metas identificados (resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos)

Aceptarse y querer a sí mismo
Vivir en un lugar limpio y bonito
Ser reconocido/respetado
Tener buena ropa
Tener cosas bonitas en casa (muebles, adornos, etc.)
Tener buena salud
Ser atractivo/simpático físicamente
Tener pasatiempos/actividades de ocio
Tener pareja
Llevar buenas relaciones con otros
Tener amigos
Tener dinero
Tener educación
Que mis hijos tengan educación
Realizar algún deporte
Tener ahorros
Tener una vivienda/cuarto propio
Tener un trabajo estable
Tener un negocio propio
Tener vehículo propio
La justicia
Tener hijos
Vivir en un lugar seguro
Seguridad ciudadana
Tener un gobierno estable/autoridades competentes

En el estudio cualitativo también se indagó sobre qué estrategias y recursos despliegan los peruanos para satisfacer cada deseo-meta, y las respuestas obtenidas se ubicaron en la sección de análisis de resultados, complementando los hallazgos cuantitativos.

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

El objetivo de esta investigación cuantitativa es dimensionar el grado de felicidad y la importancia de los deseos-metas. El instrumento cuantitativo consistió en un cuestionario de 34 preguntas, agrupadas en 6 grandes temas:

1. Perfil general (aspectos demográficos, actividad principal, situación sentimental y paternidad).
2. Hábitos (rutina laboral, rutina del hogar, pasatiempos y religión).
3. Felicidad (evaluación de la felicidad propia y de otros).
4. Deseos-metas (evaluación de su importancia, de su nivel de logro y de su grado de dificultad).
5. Entidades públicas y privadas (importancia e influencia).
6. Pasado (evaluación de la felicidad y de los deseos-metas para padres cuando tenían su edad).

Se realizaron encuestas a 400 personas usando un muestreo probabilístico por hogares (error muestral de: +/- 4.9%). La muestra incluye hombres y mujeres, mayores de 18 años, de "todas las diferentes Limas", con cuotas representativas según niveles socioeconómicos y Estilos de Vida LATIR. La conformación se muestra en la Tabla 3, y se ejecutaron entre enero y febrero de 2018. Se realizaron solo en Lima por ser considerada como el principal punto de encuentro de las culturas del Perú.

Tabla 3. Distribución muestral del estudio cuantitativo

CRITERIOS	TOTAL	
Sexo	Hombre	187
	Mujer	213
Rangos de edad	Entre 18 y 24 años	58
	Entre 25 y 34 años	98
	Entre 35 y 44 años	87
	Entre 45 y 55 años	88
	Más de 55 años	69
NSE	AB	107
	A	19
	B	88
	C	189
	D	84
Estilos de vida	E	20
	Sofisticados	52
	Progresistas	76
	Modernas	97
	Formales	83
Limas	Conservadoras	72
	Austeros	20
	Lima Centro	117
	Lima Norte	80
	Lima Este	64
	Lima Sur	104
	Callao	35

2 RESULTADOS

50

En las siguientes secciones se responden de manera detallada nuestras principales preguntas de investigación:

- a. ¿Cuán felices somos los peruanos?
- b. ¿Quiénes son los más (y los menos) felices?
- c. ¿Cómo se percibe la felicidad de los demás?
- d. ¿Cuánto influyen los deseos-metas en la felicidad?

LA FELICIDAD GLOBAL

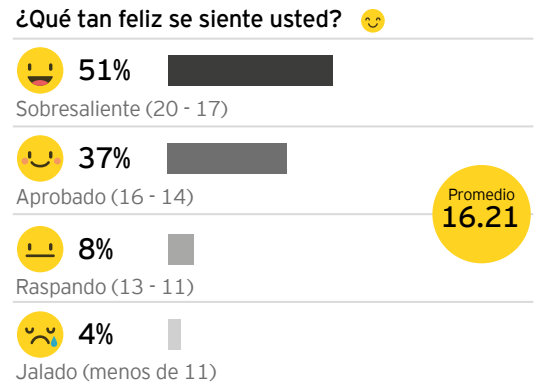
El nivel de felicidad fue evaluado mediante la pregunta "Si usted tuviera que poner una nota del 1 al 20, ¿qué tan feliz se siente?". Se empleó esta escala de calificación debido a que ha sido la más usada en el sistema educativo; por lo tanto, ya está anclada como referente en nuestros encuestados (todos mayores de edad). Dicho sistema de calificación hay que entenderlo en su uso real, donde existen baremos formales e informales.

El baremo formal generalmente establece que una calificación menor a 11 es desaprobatoria o "salir jalado/jalar". Según Julio Hevia (2008), coloquialmente "jalar" denota un trasfondo autoritario donde algo es prohibido, tanto así que puede percibirse como un tabú incluso para los evaluadores (quienes tienen la propensión de ser dadivosos con las calificaciones para evitar jalados). Como el baremo formal no es tan estricto, nos apoyaremos también en baremos informales. El rango de calificaciones de 11 a 13 es comúnmente llamado "raspando" pues roza con lo desaprobatorio y es donde, potencialmente, llegan los desaprobados favorecidos por la gracia del evaluador. El rango de 14 a 16 es un desempeño aprobatorio promedio, donde se tiene la certeza

sobre el alcance de los aspectos evaluados. Finalmente, el rango de 17 a 20 suele reservarse para los de desempeño sobresaliente.

Entendido esto, encontramos que la gran mayoría se ubica en los rangos más altos: 51% de los encuestados se sitúa en el rango sobresaliente; 37%, aprobado; 8%, raspando, y 4%, jalado. Aunque más de la mitad evaluó su felicidad en el rango mayor, el promedio del total de respuestas fue de 16.21, lo que -redondeando- ubica al Perú en el rango aprobado.

Figura 10. Evaluación de la felicidad personal



Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

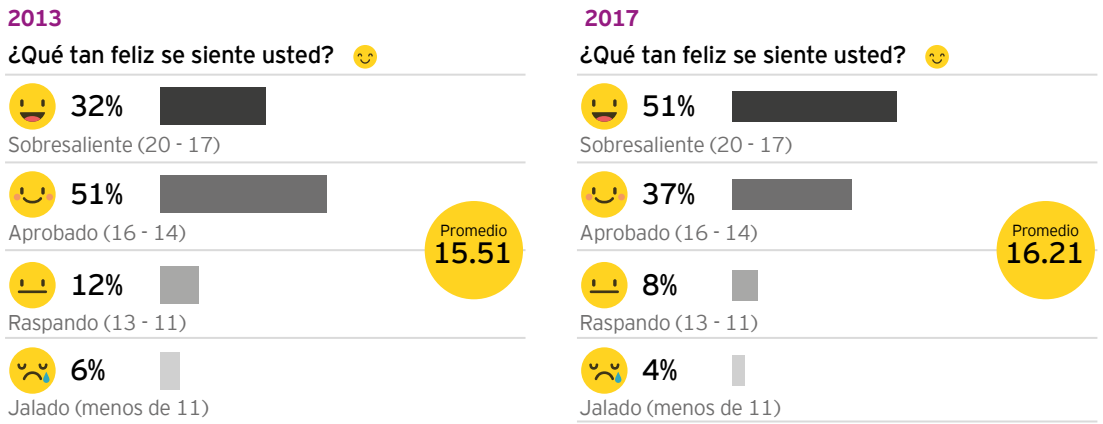
"Siempre se presentan problemas; lo importante es afrontarlos"

Participante

Este resultado comprueba que existe un margen para mejorar nuestra felicidad. Los participantes del estudio cualitativo coinciden con este resultado, pues creen que no han alcanzado el 100% de sus logros, pero aseguran sí estar satisfechos con sus condiciones generales de vida y haber alcanzado lo deseado para la etapa y parámetros sociales en los que se encuentran. Esto no implica conformismo, sino una actitud confiada hacia el futuro.

El participante anteriormente citado parece tener razón: la calificación de la felicidad personal ha crecido. Comparando la calificación obtenida en el Estudio Nacional del Consumidor Peruano de Arellano Consultoría para crecer del año 2013 para la submuestra de Lima, los resultados muestran mejoría (ver Figura 11). ¿Qué significan estos resultados tomando en cuenta el retroceso en el ranking de felicidad de la ONU? Lo discutiremos más adelante.

Figura 11. Comparativo 2013-2017 de la evaluación de la felicidad personal



Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

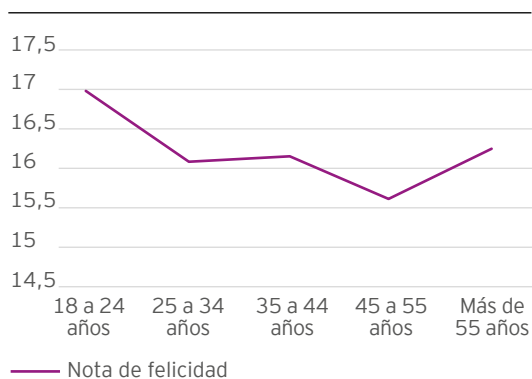
LOS MÁS (Y LOS MENOS) FELICES

La felicidad varía según distintos criterios de segmentación, pero no en todos. Por ejemplo, en cuanto al sexo, las diferencias en los resultados no son estadísticamente significativas (16.31 los hombres y 16.13 las mujeres). En los siguientes casos se resumen las principales diferencias por segmentos.

La felicidad según edades

Hay una relación en forma de U entre la felicidad y la edad, siendo los jóvenes (de 18 a 24 años) los más felices, y los adultos (de 45 a 55 años) los menos felices (ver Figura 12).

Figura 12. Felicidad según grupos etarios



Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

Parece cumplirse el dicho “juventud, divino tesoro” al ser la etapa de la vida de mayor felicidad. Esta etapa tiene varias cartas a favor en el terreno de la felicidad, especialmente desde las décadas recientes, donde se ha extendido a dicha etapa la percepción de estar en desarrollo (aún en formación física y mental) y en la que todo tiende a mejorar o progresar, desde las condiciones físicas hasta el abanico de oportunidades. En esta edad, los individuos tienen cierta licencia social que los libera de algunas exigencias sociales, como trabajar, ser padre/madre o ser exitoso.

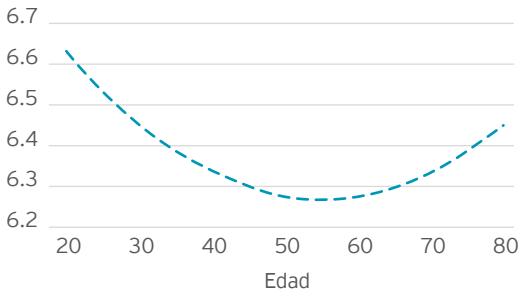
En los grupos de más edad, el desarrollo físico ya culminó y se evidencia el declive; las oportunidades se van restringiendo (se pierde capacidad reproductiva, energía, salud, tiempo, etc.) y, por el contrario, las exigencias aumentan, por lo que los individuos terminan enfrentando mayores tensiones que los fuerzan a reconfigurar sus prioridades por otras menos placenteras. Pero esta tendencia no es lineal. Superando los 55 años, las tensiones disminuyen y la felicidad tiende a tomar un nuevo impulso. En el caso de los padres de esta edad, sus hijos ya habrían alcanzado cierta independencia, lo que puede invertir los roles de apoyo.

En el estudio realizado por Pew Research a nivel mundial en 2014, también se obtuvieron resultados similares, coincidiendo incluso con la misma edad como punto de inflexión (ver Figura 13). Esta concordancia sirve como criterio de validez para nuestro estudio.

Figura 13. Felicidad según grupos etarios (Pew Research Center, 2013)

Influencia de la edad en una escala de 0 a 10.

Predecir la satisfacción de vida

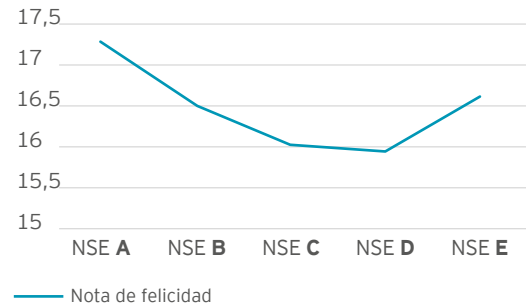


Fuente: Spring 2014 Global Attitudes Survey Q2. Pew Research Center

La felicidad según niveles socioeconómicos (NSE)

Nuevamente se observa una relación en forma de U, donde el NSE A (el de mejores condiciones de vida) reporta el promedio de felicidad más alto, disminuyendo en el NSE D y repuntando en el NSE E. Para algunos, este resultado podría parecer contraintuitivo, pero es explicado por dos modelos de satisfacción distintos que describiremos a continuación.

Figura 14. Felicidad según grupos socioeconómicos

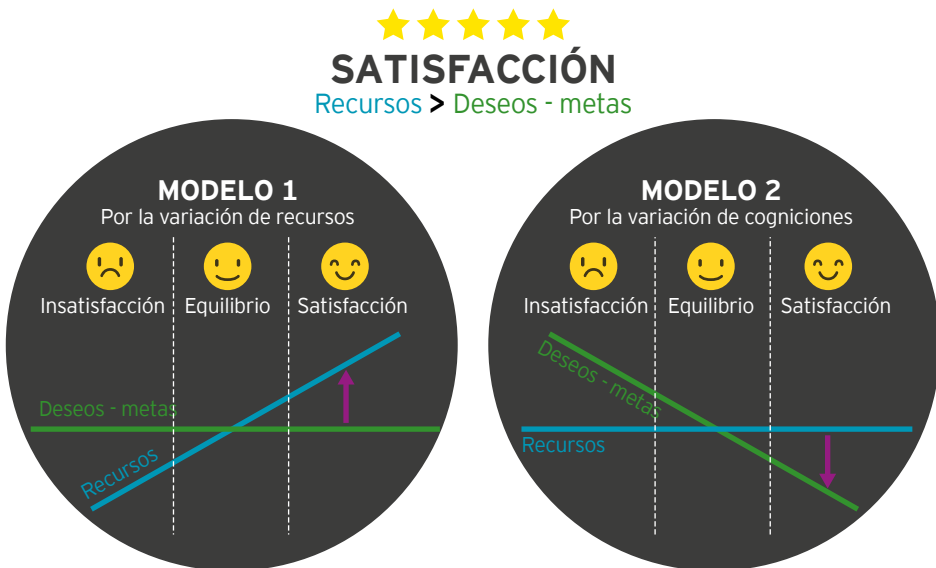


Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

Como se mostró en la Figura 1, la satisfacción se explica mediante el balance entre los deseos-metas y los recursos disponibles para alcanzarlos. Según el psicólogo peruano Manuel Sosa (2018b), existen dos modelos generales *ceteris paribus* (ver Figura 15):

- ▶ En el modelo 1, asumiendo que los deseos-metas son universalmente compartidos, la satisfacción estaría dada por la variación en el acceso a recursos. Por ejemplo, entre quienes tienen un mismo deseo-meta (comerse un ceviche, digamos), solo podrán llegar a estar satisfechos quienes estén dispuestos a adquirirlo.
- ▶ En el modelo 2, la satisfacción se explica por la variación cognitiva, es decir, la idealización sobre determinado deseo-meta. Por ejemplo, quedamos satisfechos al encontrar un ceviche medianamente rico en el restaurante al que no le teníamos fe; pero quedamos insatisfechos cuando un ceviche es medianamente rico en un restaurante con muy buena fama. Estas cogniciones son susceptibles de cambiar en el tiempo por las condiciones personales, por la maduración, por las relaciones sociales y modas, por los afectos y muchas otras situaciones más.

Figura 15. Modelos de satisfacción



Por supuesto, ambos modelos son representaciones abstractas, con fines pedagógicos, ya que, en la vida real, ni los deseos-metas ni los recursos se mantienen constantes.

Volviendo a los niveles socioeconómicos, los ABCD (que comparten una visión de bienestar y cierto patrón en sus deseos-metas) podrían estar rigiéndose por el modelo 1, donde la diferencia en su disponibilidad de recursos explicaría el aumento progresivo de la insatisfacción. Sin embargo, el NSE E (que son pobres por definición) sería más afín al modelo 2, pues sus deseos-metas se habrían ajustado debido a la constante dificultad para cubrir sostenidamente sus necesidades básicas.

“El secreto de la felicidad no se encuentra en la búsqueda de más, sino en el desarrollo de la capacidad para disfrutar de menos”

Sócrates (470 a. C. - 399 a. C.)

De manera similar, Jorge Yamamoto y Ana Rosa Feijoo (2007) identificaron que, en las zonas extremas de su muestra (la más alta y la más baja, económicamente), la satisfacción estaba en mayor equilibrio; mientras que en el segmento intermedio de su muestra primaba la insatisfacción. Según estos autores, los pobladores de zonas socioeconómicas más bajas mantenían sus ideales y adaptaciones rurales y, por lo tanto, la configuración de sus expectativas y metas era más funcional en su condición.



LA FELICIDAD DE LOS DEMÁS

En el cuestionario se incluyeron preguntas sobre la felicidad percibida en los demás, que fueron tomadas como puntos de referencia. Se preguntó por la felicidad de los peruanos (de la sociedad en general), la de los padres y la de los hermanos.

Respecto a la felicidad de los peruanos, el puntaje fue mucho menor que el propio. El promedio general fue de 12.37, que lo ubica en el rango "raspando". En el estudio cualitativo, los

participantes manifestaron percibir a los peruanos como "personas en problemas" por verse en la situación de afrontar la inseguridad ciudadana y la ausencia de autoridades óptimas. Se mencionaron atributos positivos ("ser emprendedores", "perseverantes" y "dar la mano"), que sirven de paliativos para poder desarrollarse "a pesar de tener todo en contra". El peruano sería visto como alguien que no tiene una base sólida de bienestar, al que le toca esforzarse de más (o sufrir) para poder progresar.

Figura 16. Felicidad personal y social declarada

FELICIDAD PERSONAL

¿Qué tan feliz se siente usted? 😊

😊 51% ██████████

Sobresaliente (20 - 17)

🙂 37% ██████████

Aprobado (16 - 14)

😐 8% █████

Raspando (13 - 11)

😞 4% █

Jalado (menos de 11)

Promedio
16.21

FELICIDAD SOCIAL

¿Qué tan felices son los peruanos? 😊

😊 12% █████

Sobresaliente (20 - 17)

🙂 21% ████████

Aprobado (16 - 14)

😐 35% ██████████

Raspando (13 - 11)

😞 32% ██████████

Jalado (menos de 11)

Promedio
12.37

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

Los entrevistados también mencionaron que las estrategias paliativas más frecuentes para salir adelante se soportan, en primer lugar, en la familia y, en segundo lugar, en los amigos. Mediante ellos se sienten apoyados económicamente (préstamos, ahorro en compras colectivas, acceso a créditos) y emocionalmente (evitación de la soledad).

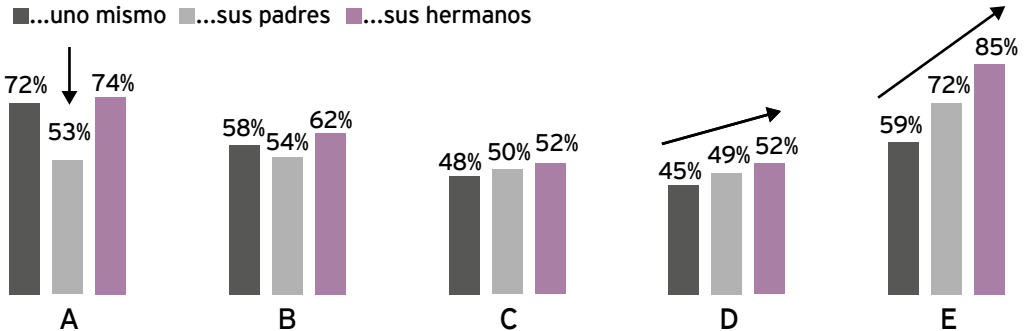
“Tú sigues tranquilo con las personas que en verdad crees que te aprecien, quienes crees que de verdad te transmiten esa seguridad para poder seguir con ellos”

Participante

Esto parece evidenciarse en la comparación entre la percepción de la felicidad de sus padres y, principalmente, la de sus hermanos, la cual tiende a ser superior a la felicidad propia (ver Figura 17). La felicidad de los hermanos se percibe gradualmente mayor en los niveles socioeconómicos más bajos, justamente porque estos segmentos acostumbran a solicitar más apoyo. Una tendencia similar se observa en los padres, exceptuando los niveles socioeconómicos más altos, donde prima el modelo 1 de satisfacción, en el cual la juventud sería otro recurso (no-económico) relevante para alcanzar ciertos deseos-metas, como los vinculados a la modernidad y a aspectos físicos.

Figura 17. Comparación de felicidad entre pares

% que han calificado con “Buena nota” de felicidad de...
 ■...uno mismo ■...sus padres ■...sus hermanos



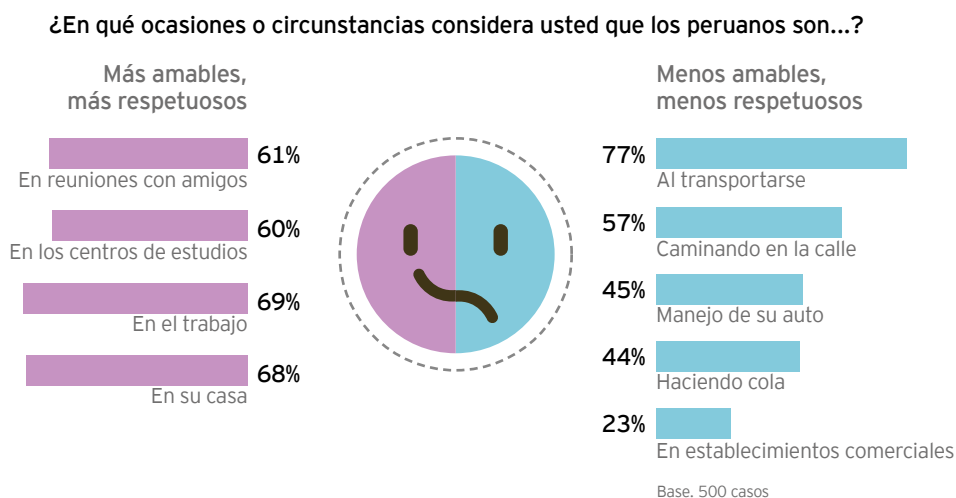
Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

Con estos datos se hace evidente la escisión en la percepción de la felicidad del otro según el grado de cercanía. *El otro* en general (sin rostro ni nombre) se percibe menos feliz que uno mismo, pero *el otro* cercano (un familiar) se percibe más feliz que uno mismo. Esta diferencia dibuja claramente una frontera perceptual muy común en los peruanos, entre *los propios* (que sirven como punto de apoyo para aumentar la felicidad) y *los ajenos* (sin mayor relevancia funcional). Hay un principio tácito que limita las buenas relaciones (respeto) casi exclusivamente hacia los propios y justifica las conductas desadaptativas hacia los ajenos (el quebrantamiento de las reglas de

tránsito, el saltarse la fila, la mala atención, la corrupción).

Este es un punto intermedio entre los valores culturales que en sociología se han llamado colectivismo e individualismo; en nuestro caso sería un *colectivismo* selectivo o de conveniencia (Arellano, 2010). Este colectivismo selectivo explica los resultados del estudio sobre “Valores individuales y sociales” realizado por Arellano Consultoría para crecer en 2015, donde se muestra que los peruanos tienden a ser más amables entre personas conocidas que entre desconocidos.

Figura 18. Contingencias de los valores



Fuente: Arellano Consultoría para crecer, 2015



Como se mencionó anteriormente, también existen recursos no-económicos que tienen un rol importante en la felicidad. Estos recursos son de varios tipos y se relacionan de manera particular con cada deseo-meta. Estas relaciones serán explicadas en la siguiente sección.

LOS DESEOS-METAS Y LA FELICIDAD

“Si la felicidad es una actividad conforme a la virtud, es decir, que no es extraña la una a la otra; es razonable que la felicidad sea la mejor de todas las virtudes”

Aristóteles (384 a. C. - 322 a. C.)

Según los psicólogos estadounidenses Tim Kasser y Richard Ryan en su estudio publicado en 1993, las acciones humanas están motivadas por la expectativa de alcanzar ciertos estándares. Estudios internacionales han mostrado que todos los logros no son igualmente satisfactorios, y se ha identificado cuáles son más importantes, pero, en el Perú, esta jerarquía aún no se conoce a detalle. Para evaluar la importancia de cada deseo-meta en la felicidad global, se establecieron las siguientes tres estrategias que son secuenciales.

1. **La primera estrategia** consistió en preguntar de manera libre “¿Qué cree usted que necesitaría para ser feliz?”. Se recogieron múltiples respuestas con las cuales se elaboró un ranking espontáneo.
2. **La siguiente estrategia** fue más sistemática, pues se pidió a los participantes que evaluaran la importancia de cada uno de los 25 deseos-metas (que se enlistaron en la etapa cualitativa)

con la siguiente consigna: “De acuerdo con la siguiente tarjeta (mostrando tarjeta), donde 1 es nada necesario y 5 muy necesario, ¿qué tan necesario es ___ para lograr su felicidad? (se mencionó cada ítem)”. Esta evaluación implica mayor reflexión del participante, generando un ranking *ideal* (lo razonado).

3. **La última estrategia** es más técnica. Se preguntó por el nivel de satisfacción de cada deseo-meta mediante la pregunta “Hace un momento conversamos sobre los aspectos que lo hacen feliz, ahora quisiera que me diga ¿cómo es su situación con respecto a ___? con la siguiente tarjeta (mostrar tarjeta), donde 1 es muy mala y 5 muy buena (se mencionó cada ítem)”. Con ese puntaje se realizó el análisis estadístico de covarianza respecto a la felicidad global. Como la satisfacción de los deseos-metas estaba en escala 1-5 y la felicidad en escala 1-20, se optó por utilizar el análisis de correlación, que es un tipo de análisis de covarianza que corrige las diferencias de escala. Con este análisis se identificó el grado en que la felicidad varía cuando cambia la satisfacción de algún deseo-meta.

En líneas generales, los tres resultados son coincidentes entre sí, aunque hay algunas diferencias interesantes que se muestran a continuación.

Ranking espontáneo

Este ranking refleja qué elementos están más “en la punta de la lengua”. Los participantes, de manera abierta, mencionaron los 25 deseos-metas identificados en el estudio cualitativo y, además, surgieron dos ítems adicionales: “Dios” (en solo 0.5% de los entrevistados) y “tener a mi madre” (en 0.2%), los cuales, al tener frecuencias tan pequeñas, no pudieron incluirse en las siguientes etapas del análisis. El ítem más mencionado fue la

salud (en 66%), con marcada distancia del segundo, la seguridad (en 36%).

Tabla 4. Ranking de importancia: espontáneo

DESEO - META	ESPONTÁNEO
Tener buena salud	1
Vivir en un lugar seguro	2
Aceptarse y querer a sí mismo	3
Tener dinero	4
Tener hijos	5
Seguridad ciudadana	6
Tener educación	7
Que mis hijos tengan educación	8
Realizar algún deporte	9
Tener pareja	10
Tener ahorros	11
Tener un trabajo estable	12
Tener un gobierno estable/autoridades competentes	13
La justicia	14
Tener amigos	15
Tener un negocio propio	16
Llevar buenas relaciones con otros	17
Ser reconocido/respetado	18
Tener una vivienda/cuarto propio	19
Vivir en un lugar limpio y bonito	20
Tener vehículo propio	21
Ser atractivo/simpático físicamente	22
Tener pasatiempos/actividades de ocio	23
Tener buena ropa	24
Tener cosas bonitas en casa (muebles, adornos, etc.)	25

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

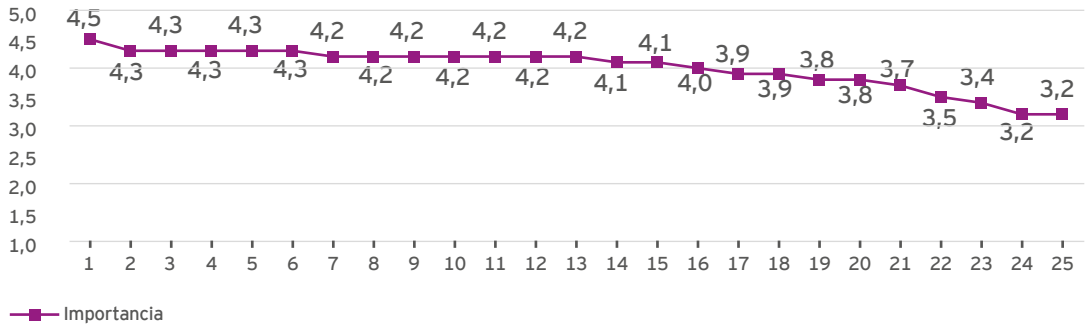


Para evaluar si los resultados sufrieron efectos de la memoria, se optó por complementarlos con la siguiente estrategia.

Ranking ideal

En esta etapa, los encuestados pusieron nota al grado de importancia de cada deseo-meta. La escala fue del 1 al 5, siendo 3 el punto medio. Como se puede apreciar en la Figura 19, la importancia promedio atribuida a los 25 ítems fue superior a 3. Es decir, *todo era considerado importante*. Evidentemente, a los encuestados les resultó difícil ponderar sus prioridades marcadamente. Entre las diferencias encontradas, los atributos mejor puntuados fueron los aspectos no-materiales relacionados con condiciones de vida (salud, educación, seguridad), y los de menor puntuación, las posesiones materiales (tener un vehículo, ropa, cosas para la casa).

Figura 19. Los niveles de importancia atribuidos a cada deseo-meta



ATRIBUTOS

- | | | |
|---------------------------------------|--|--|
| 1. Tener buena salud | 9. Tener un trabajo estable | 18. Ser reconocido/respetado |
| 2. Aceptarse y quererse a sí mismo | 10. Tener un gobierno estable/ autoridades competentes | 19. Tener hijos |
| 3. Seguridad ciudadana | 11. Tener un negocio propio | 20. Tener pasatiempos/actividades de ocio |
| 4. Tener una vivienda / cuarto propio | 12. Que mis hijos tengan educación | 21. Tener cosas bonitas en casa (muebles, adornos, etc.) |
| 5. La justicia | 13. Tener ahorros | 22. Tener pareja |
| 6. Vivir en un lugar limpio y bonito | 14. Tener dinero | 23. Tener buena ropa |
| 7. Vivir en un lugar seguro | 15. Llevar buenas relaciones con otros | 24. Ser atractivo/simpático físicamente |
| 8. Tener educación | 16. Tener amigos | 25. Tener vehículo propio |
| | 17. Realizar algún deporte | |

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

Ambos rankings establecen jerarquías, pero ocultan percepciones. Por ejemplo, el significado de “tener buena salud”, que encabeza los dos rankings, cambia por segmentos. La salud no sería vista solo desde la perspectiva médica (como ausencia de enfermedades), sino como una condición más amplia que contempla incluso aspectos como la estética.

- ▶ Para las Conservadoras y los Progresistas, se consigue mediante el cuidado en la alimentación (más proteínas y vegetales, menos grasas).
- ▶ Las Modernas y los Formalistas, que son menos preventivos, confían más en contar con un seguro médico o un plan de EPS.
- ▶ Los Sofisticados también se inclinan hacia los servicios de salud (especialmente, los privados), aunque también consideran que el deporte cumple un papel importante.
- ▶ Para los Austeros, la responsabilidad recae principalmente en el Estado, que debería garantizar la cobertura de los servicios de salud.

El estudio publicado por Pew Research en 2014 también preguntó sobre la importancia de diversos atributos, y sus resultados guardan grandes coincidencias con los nuestros (criterio conocido como “*validez convergente*”), lo que nuevamente valida la calidad de la metodología seguida. Las coincidencias son, por un lado, que el Perú es el país con la menor desviación en sus respuestas (que refleja la dificultad para priorizar mostrada en la Figura 19) y, por otro lado, que las condiciones de vida son los aspectos mejor puntuados, y las posesiones materiales, las de menor puntuación.

En nuestras entrevistas, el tener un vehículo tampoco fue considerado como un deseo-meta fundamental, pero sí como una ventaja con varios puntos en contra. Algunas de sus ventajas principales fueron la practicidad para salir a pasear en familia, para llegar más rápido de casa al trabajo y pasar más tiempo en familia (disminuyendo los tiempos de traslado trabajo-hogar). Sin embargo, se reconoce como desventaja ante el tráfico de la ciudad. Y no les falta razón: el tiempo promedio en transporte público aumentó de una hora y media, en 2010, a dos horas, en 2017, al día según el estudio Kusikuy.

Tabla 5. Nivel de importancia de aspectos de la vida (Pew Research)

En la escala del 0 al 10, cuán importante es ____ para ti? Siendo "10 muy importante"

	Buena salud	Buena educación para niños	Seguridad contra el crimen	Tener casa propia	Estar satisfecho en tu trabajo	Dinero para la vejez	Ayudar a otros	Tener celular	Tiempo libre	Tener carro	Viajar	Acceso al internet
Medio Oriente	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Túnez	84	78	82	81	60	64	63	65	44	54	35	38
Territorios palestinos	62	57	54	59	53	38	39	39	31	39	29	23
Jordania	45	36	54	37	37	38	33	27	27	38	24	19
Egipto	44	38	50	40	30	38	23	22	21	39	20	17
Turquía	42	39	37	38	32	32	31	31	30	32	29	25
MEDIANA	45	39	54	40	37	38	33	31	30	39	29	23
Asia												
Tailandia	82	83	64	75	46	77	36	47	35	36	15	24
Filipinas	77	76	75	70	59	68	49	36	51	34	29	22
Malasia	65	60	63	62	43	63	36	48	42	50	31	29
Vietnam	65	59	52	49	33	41	30	28	21	16	14	16
Pakistán	59	59	63	61	34	43	46	21	24	26	35	10
India	47	52	46	52	44	43	28	37	21	21	22	22
Indonesia	46	43	35	42	35	40	15	10	7	12	8	4
Bangladesh	36	37	39	26	45	26	11	24	8	12	8	6
China	36	31	26	30	23	26	9	16	11	9	7	11
MEDIANA	59	59	52	52	43	43	30	28	21	21	15	16

	Buena salud	Buena educación para niños	Seguridad contra el crimen	Tener casa propia	Estar satisfecho en tu trabajo	Dinero para la vejez	Ayudar a otros	Tener celular	Tiempo libre	Tener carro	Viajar	Acceso al internet
--	-------------	----------------------------	----------------------------	-------------------	--------------------------------	----------------------	----------------	---------------	--------------	-------------	--------	--------------------

América Latina

Colombia	90	90	80	84	69	79	68	43	67	37	41	33
Chile	90	84	76	76	76	84	44	39	61	40	33	35
El Salvador	89	84	88	88	66	67	67	51	56	34	37	30
Venezuela	88	87	86	87	77	79	67	57	61	63	50	48
Nicaragua	88	83	85	86	63	67	67	52	44	36	26	30
Brasil	86	83	87	86	64	71	63	42	53	50	35	34
Argentina	83	85	76	79	66	57	54	23	41	26	32	20
México	79	73	67	73	62	65	43	27	39	33	27	23
Perú	58	62	53	53	40	45	31	22	25	11	13	15
MEDIANA	88	84	80	84	66	67	63	42	53	36	33	30

África

Senegal	84	75	66	78	60	51	56	50	28	30	32	19
Ghana	72	71	68	67	68	65	60	59	59	55	40	28
Nigeria	69	66	66	62	61	53	48	57	47	52	34	26
Uganda	68	66	65	63	51	59	47	51	41	50	33	23
Tanzania	57	62	47	62	46	47	32	40	31	34	24	26
Sudáfrica	57	55	58	59	53	53	43	45	41	44	28	30
Kenia	50	45	46	38	30	40	22	29	18	21	16	13
MEDIANA	68	66	65	62	53	53	47	50	41	44	32	26

Europa del Este

Rusia	81	69	70	62	65	63	32	53	45	42	37	36
Ucrania	78	65	64	75	59	63	32	39	38	29	31	26
Polonia	67	50	52	47	40	53	28	31	35	30	20	26
Mediana de todos los países	68	65	64	62	53	53	39	39	38	34	29	24

Nota: los números en turquesa indican la característica con el porcentaje más alto para cada país. Los números en morado indican la característica con el porcentaje más bajo para cada país. Las preguntas no se realizaron en economías avanzadas.

Fuente: Global Attitudes Survey - Spring 2014. Q14a-l. Pew Research

Las diferencias entre los rankings espontáneo e ideal son pocas (ver Tabla 6), significando que, intuitivamente, los peruanos tienen cierta noción coherente sobre qué los hace felices (criterio de calidad llamado “validez aparente”). Las diferencias más relevantes surgen del hecho de que el ranking ideal exige una mayor reflexión. Entre los ítems que más suben de posición están las señales de progreso (“Tener una vivienda/cuarto”, “Vivir en un lugar limpio/bonito”). También sube “La justicia”, cuya ausencia es una amenaza para el progreso. Los que más bajan son los ítems de mediano/largo plazo (“Tener hijos”, “Tener pareja”, “Tener dinero” y “Realizar algún deporte”), que para los más jóvenes serían proyectos eventuales o postergables, y para los mayores, estarían en reserva o en proceso de maceración.

Tabla 6. Comparación de rankings de importancia: espontáneo e ideal

DESEO-META	ESPONTÁNEO	IDEAL	DIF
Tener buena salud	1	1	→ 0
Aceptarse y querer a sí mismo	3	2	→ 1
Seguridad ciudadana	6	3	→ 3
Tener una vivienda/cuarto propio	19	4	↑ 15
La justicia	14	5	↑ 9
Vivir en un lugar limpio y bonito	20	6	↑ 14
Vivir en un lugar seguro	2	7	↓ -5
Tener educación	7	8	→ -1
Tener un trabajo estable	12	9	→ 3
Tener un gobierno estable/autoridades competentes	13	10	→ 3
Tener un negocio propio	16	11	→ 5
Que mis hijos tengan educación	8	12	→ -4
Tener ahorros	11	13	→ -2
Tener dinero	4	14	↓ -10
Llevar buenas relaciones con otros	17	15	→ 2
Tener amigos	15	16	→ -1
Realizar algún deporte	9	17	↓ -8
Ser reconocido/respetado	18	18	→ 0
Tener hijos	5	19	↓ -14
Tener pasatiempos/actividades de ocio	23	20	→ 3
Tener cosas bonitas en casa (muebles, adornos, etc.)	25	21	→ 4
Tener pareja	10	22	↓ -12
Tener buena ropa	24	23	→ 1
Ser atractivo/simpático físicamente	22	24	→ -2
Tener vehículo propio	21	25	→ -4

Ranking real

Como se explicó, este ranking es más técnico y requirió de dos etapas. La primera fue la evaluación de la satisfacción de los deseos-metas y, la segunda, el análisis estadístico de la correlación de cada uno de estos con la felicidad global.

La satisfacción de cada deseo-meta

La satisfacción con los deseos-metas se evaluó con una escala entre 1 y 5, siendo las respuestas entre 4 y 5 las consideradas como "satisfechas". Como se puede observar en la Tabla 7, los aspectos con mayor satisfacción son los relacionados con la inteligencia emocional (aspectos intrapersonales e interpersonales) y las condiciones de vida básicas para el progreso (educación, vivienda y salud). En el extremo opuesto, los aspectos con menor satisfacción son las posesiones materiales (tener ahorros, tener cosas bonitas en casa, tener dinero, tener buena ropa, tener un negocio propio, tener un vehículo propio) y los aspectos institucionales (tener un gobierno estable/autoridades competentes, la justicia, seguridad ciudadana).



Tabla 7. Porcentaje de personas satisfechas con cada deseo-meta

DESEO-META	SATISFACCIÓN
Aceptarse y quererse a sí mismo	96%
Tener una vivienda/cuarto propio	93%
Que mis hijos tengan educación	93%
Llevar buenas relaciones con otros	91%
Vivir en un lugar limpio y bonito	90%
Tener buena salud	89%
Tener amigos	89%
Ser reconocido/respetado	84%
Tener educación	80%
Vivir en un lugar seguro	76%
Tener pasatiempos/actividades de ocio	74%
Realizar algún deporte	73%
Tener hijos	72%
Tener un trabajo estable	67%
Tener pareja	65%
Tener ahorros	63%
Tener cosas bonitas en casa (muebles, adornos, etc.)	62%
Tener dinero	60%
Ser atractivo/simpático físicamente	60%
Tener un negocio propio	53%
Tener buena ropa	53%
Tener un gobierno estable/autoridades competentes	43%
La justicia	42%
Seguridad ciudadana	40%
Tener vehículo propio	33%

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

Nuestros resultados nuevamente se asemejan a los obtenidos en el estudio de Pew Research (2014), comprobando la calidad de la información recogida. Aquí, la mayor satisfacción también se da en las condiciones de vida básicas para el progreso (educación, vivienda y salud), y la menor, en los aspectos institucionales (calidad de la educación, seguridad ciudadana).

Tabla 8. Nivel de satisfacción con aspectos de la vida (Pew Research)

En la escala del 0 al 10, ¿cuán satisfecho estás con los siguientes puntos? Se muestra porcentaje de respuestas de 7, 8, 9 o 10

	Salud	Vida familiar	Vida religiosa	Vida social	Seguridad de los vecindarios	Calidad de las escuelas	Estándar de vida	Empleo actual
Medio Oriente	%	%	%	%	%	%	%	%
Túnez	73	76	65	73	73	51	31	41
Turquía	71	70	70	64	73	64	53	62
Territorios palestinos	70	65	71	69	62	57	49	53
Egipto	49	31	49	37	25	23	20	30
Jordania	46	32	52	42	57	50	27	50
MEDIANA	70	65	65	64	62	51	31	50
Asia								
Indonesia	85	66	90	77	85	75	60	60
China	79	71	48	62	76	66	66	60
Malasia	77	73	85	68	75	77	57	61
Pakistán	74	76	79	72	74	64	58	49
Filipinas	73	69	80	64	77	76	54	57
Vietnam	72	75	63	67	77	73	65	63
Tailandia	68	69	78	63	76	70	52	60
India	68	68	68	69	66	64	59	55
Bangladesh	53	51	62	46	53	48	54	38
MEDIANA	73	69	78	67	76	70	58	60

	Salud	Vida familiar	Vida religiosa	Vida social	Seguridad de los vecindarios	Calidad de las escuelas	Estándar de vida	Empleo actual
--	-------	---------------	----------------	-------------	------------------------------	-------------------------	------------------	---------------

América Latina

Venezuela	88	89	79	85	47	61	78	72
México	84	89	75	82	65	67	79	73
Brasil	81	86	78	81	45	47	71	59
Argentina	80	83	66	82	49	57	69	68
Colombia	79	84	75	78	61	64	69	63
El Salvador	72	83	69	74	62	60	68	54
Nicaragua	69	80	66	78	71	67	60	60
Chile	67	71	40	55	49	39	58	57
Perú	60	71	59	65	46	40	61	53
MEDIANA	79	83	69	78	49	60	69	60

África

Nigeria	79	56	84	62	64	54	45	43
Sudáfrica	71	58	68	64	58	64	54	50
Ghana	69	47	78	60	71	54	34	38
Senegal	64	62	92	68	51	51	40	45
Tanzania	62	26	67	48	62	31	17	25
Kenia	59	40	61	48	53	41	25	31
Uganda	45	30	78	55	60	35	25	28
MEDIANA	64	47	78	60	60	51	34	38

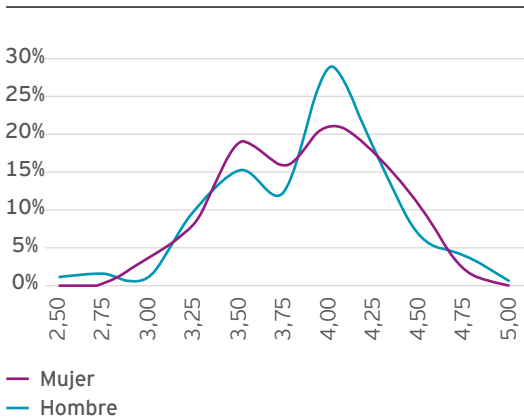
Europa Oriental

Polonia	60	68	56	54	75	59	40	48
Ucrania	54	58	50	60	62	48	27	57
Rusia	51	56	35	*	55	40	47	47
Mediana de todos los países	70	69	68	65	62	57	54	54

Nota: los números en turquesa indican la característica con el porcentaje más alto para cada país. Los números en morado indican la característica con el porcentaje más bajo para cada país. Las personas que dicen que el artículo no es aplicable a ellos están excluidas del análisis. Las preguntas no se realizaron en economías avanzadas. * Los resultados para Rusia no se muestran debido a un error en la traducción. Fuente: Global Attitudes Survey - Spring 2014. Q4a-h. Pew Research.

Un hallazgo interesante es que la satisfacción de estos deseos-metas es más homogénea en las mujeres que en los hombres (ver Figura 20). Las mujeres tienden más a estar o plenamente satisfechas o plenamente insatisfechas, mientras que los hombres tenderían más a tener niveles de satisfacción dispares entre sus deseos-metas. Similar a lo encontrado por Emilio Moyano y Nadia Ramos en su estudio del 2007.

Figura 20. Distribución de satisfacción de deseos-metas en hombres y mujeres



Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

Las correlaciones

En todas las ramas de la psicología (clínica, organizacional, educacional, social, comercial, etc.) existe el riesgo de que los individuos estudiados (pacientes, trabajadores, estudiantes, pobladores, consumidores, etc.) mientan, a veces a propósito y a veces por desconocer la verdad. Por eso, con el tiempo, los psicólogos han desarrollado estrategias, como ciertas técnicas estadísticas (las correlaciones, por ejemplo), para descubrir verdades ocultas.

“No es normal saber lo que queremos. Es un logro psicológico raro y difícil”

Abraham Maslow

En la Tabla 9 se muestra el ranking real, ordenado según la fuerza de las correlaciones. En los primeros lugares se ubican algunos pocos aspectos no-materiales (“Quererse a sí mismo”, “Ser reconocido”), pero, sobre todo, aspectos materiales (“Vivir en un lugar limpio y bonito”, “Tener buena ropa”, “Tener cosas bonitas en casa”). Entre los últimos lugares se ubican los aspectos institucionales y los relacionados con la estabilidad.

Tabla 9. Comparación de importancia de deseos ideal y real

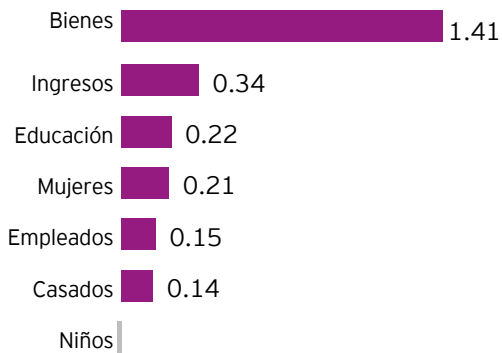
DESEO-META	IDEAL	REAL		DIF
Aceptarse y quererse a sí mismo	2	1	→	1
Vivir en un lugar limpio y bonito	6	2	→	4
Ser reconocido/respetado	18	3	↑	15
Tener buena ropa	23	4	↑	19
Tener cosas bonitas en casa (muebles, adornos, etc.)	21	5	↑	16
Tener buena salud	1	6	→	-5
Ser atractivo/simpático físicamente	24	7	↑	17
Tener pasatiempos/actividades de ocio	20	8	↑	12
Tener pareja	22	9	↑	13
Llevar buenas relaciones con otros	15	10	→	5
Tener amigos	16	11	→	5
Tener dinero	14	12	→	2
Tener educación	8	13	→	-5
Que mis hijos tengan educación	12	14	→	-2
Realizar algún deporte	17	15	→	2
Tener ahorros	13	16	→	-3
Tener una vivienda/cuarto propio	4	17	↓	-13
Tener un trabajo estable	9	18	↓	-9
Tener un negocio propio	11	19	↓	-8
Tener vehículo propio	25	20	→	5
La justicia	5	21	↓	-16
Tener hijos	19	22	→	-3
Vivir en un lugar seguro	7	23	↓	-16
Seguridad ciudadana	3	24	↓	-21
Tener un gobierno estable/autoridades competentes	10	25	↓	-15

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

En este ranking real, los ítems que se ubican en los primeros lugares se relacionan con las condiciones de la vivienda. Los resultados del análisis de regresión que hizo Pew Research (2014) a nivel mundial, buscando la misma respuesta, mostraron una relación incluso más fuerte. Podemos concluir que la felicidad no solo sería únicamente un fenómeno interno, sino que se relacionaría con símbolos tangibles en el exterior. Tal como reza el dicho popular: “No basta con serlo, sino también parecerlo”.

Figura 21. Coeficientes de regresión entre factores y felicidad (Pew Research)

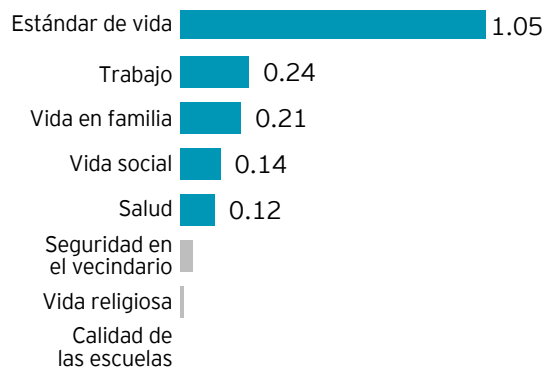
Influencia relativa de cada factor en una escala de 0-10



Nota: El número mostrado es la diferencia precedida de la satisfacción de vida entre los grupos seleccionados para cada variable. Recomendaciones por edad mostrados de forma separada.

Fuente: Spring 2014 Global Attitudes Survey, Q2.

PEW RESEARCH CENTER



Nota: El número mostrado es la diferencia precedida de la satisfacción de vida entre los grupos seleccionados para cada variable. El modelo contra la demografía.

Fuente: Spring 2014 Global Attitudes Survey, Q2, Q4a-h.

PEW RESEARCH CENTER



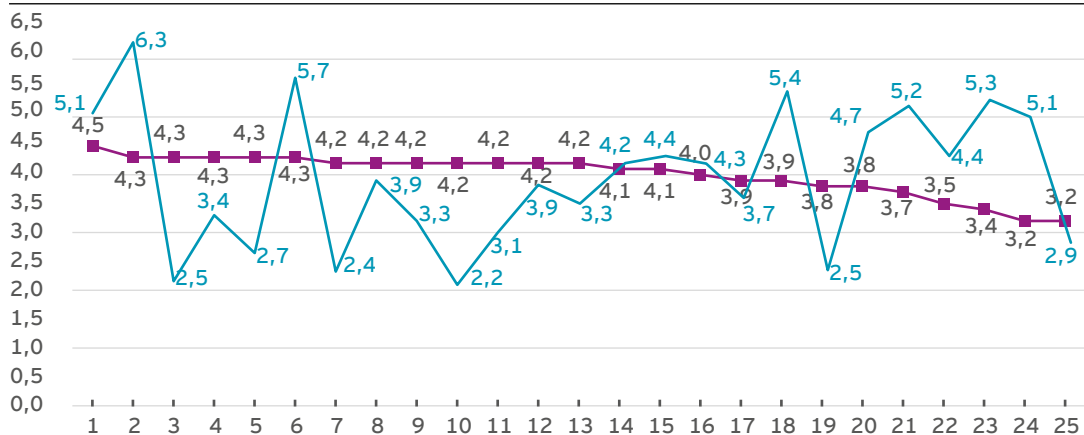
Crédito editorial: Wollertz / Shutterstock.com

En el ranking real, algunos ítems no varían mucho de posición, pero un grupo importante sí cambia al extremo opuesto. Los que más suben en el ranking son las posesiones materiales (“Tener buena ropa”, “Tener cosas bonitas en casa”) y los aspectos relacionales (“Ser atractivo/simpático físicamente”, “Ser reconocido/respetado”, “Tener pareja”, “Tener pasatiempos/actividades de ocio”). Como se evidenció en la variación de los rankings espontáneo e ideal, los estigmas sociales serían repesores para reconocer la importancia de los deseos-metas. Los ítems que más bajan en el ranking son los aspectos institucionales (“Seguridad ciudadana”, “La justicia”, “Tener un gobierno estable/autoridades competentes”) y algunos aspectos de bienestar personal (“Tener una vivienda/cuarto propio”, “Tener un trabajo estable”, “Tener un negocio propio”). Los temas institucionales habrían disminuido por la


resignación ante su casi perenne ausencia, y los temas de bienestar personal, por ya darlos por hechos.

Para hacer una comparación más fina que el simple orden de importancia, se tomó valor de la importancia real (entre 0 y 1) y se reescaló al rango entre 1 y 5. Con este cálculo se generó la Figura 22, donde se observa claramente la diferencia entre ambos rankings. Las mayores discrepancias tienen que ver con la factibilidad: por un lado, los deseos-metas relacionados con la institucionalidad son muy importantes en el ranking ideal, pero menos en el ranking real, porque son aspectos que dependen poco del control personal. Lo inverso ocurre con los aspectos materiales (“Vivir en un lugar limpio y bonito”, “Tener cosas bonitas en casa”, “Tener buena ropa”), pues son más alcanzables y su logro actualmente sí participa en la felicidad.

Figura 22. Comparación gráfica entre el ranking ideal y real



— Importancia declarada — Importancia real

La importancia declarada está ligada a un estado IDEAL/ DESEADO, mientras que la importancia real o inferida está ligada a las condiciones ACTUALES/ALCANZABLES. 

ATRIBUTOS

1. Tener buena salud
2. Aceptarse y quererse a sí mismo
- 3. Seguridad ciudadana**
4. Tener una vivienda/cuarto propio
5. La justicia
6. Vivir en un lugar limpio y bonito
- 7. Vivir en un lugar seguro**
8. Tener educación
9. Tener un trabajo estable

- 10. Tener un gobierno estable/ autoridades competentes**
11. Tener un negocio propio
12. Que mis hijos tengan educación
13. Tener ahorros
14. Tener dinero
15. Llevar buenas relaciones con otros
16. Tener amigos
17. Realizar algún deporte
18. Ser reconocido/respetado
19. Tener hijos

20. Tener pasatiempos/actividades de ocio
21. Tener cosas bonitas en casa (muebles, adornos, etc.)
22. Tener pareja
23. Tener buena ropa
24. Ser atractivo/simpático físicamente
25. Tener vehículo propio

Deseos-metas cuya importancia declarada es superior a la real

Las diferencias por segmentos

La correlación no restringe la posibilidad de que haya conexiones entre los deseos-metas. Al contrario, pueden ser complementarios. No sería de extrañar la existencia de estas relaciones, pues varios deseos-metas apuntan a cubrir las mismas necesidades subyacentes. Abraham Maslow graficó este fenómeno con la metáfora de las vitaminas, donde el consumo de una no sustituye a la otra.

Cada individuo establece sus prioridades sobre cómo ser feliz y traza estrategias subconscientes para lograrlo. La importancia de cada deseo-meta,

o de un grupo de ellos, variará en el ranking real alineándose en la estrategia de vida seguida. Un ejemplo de este trabajo conjunto es evidente en el análisis según niveles socioeconómicos. En los niveles AB (clase alta y media-alta), la estrategia para lograr la felicidad apuntaría a consolidar socialmente la posición social, siendo los deseos-metas más importantes “Ser reconocido/respetado”, “Llevar buenas relaciones con otros” y “Tener buena ropa”. Por el contrario, la estrategia en el nivel C (clase media) se orienta más al crecimiento, siendo los deseos-metas más importantes “Tener dinero” y “Tener ahorros”.



Figura 23. Ranking real según niveles socioeconómicos

FACTORES/ATRIBUTOS	NSE AB	NSE C	
Tener dinero	10°	1°	Orientadas al logro, material y búsqueda de crecimiento
Tener ahorros	20°	2°	
Tener un trabajo estable	13°	20°	
Tener un negocio propio	12°	15°	
Tener vehículo propio	17°	17°	
La justicia	25°	5°	
Seguridad ciudadana	23°	13°	
Tener un gobierno estable/autoridades competentes	24°		Búsqueda por consolidar la posición
Ser reconocido/respetado	1°		
Tener buena ropa	3°		
Ser atractivo/simpático físicamente	18°		
Llevar buenas relaciones con otros	2°		
Vivir en un lugar limpio y bonito	11°	7°	
Tener cosas bonitas en casa	5°	6°	
Tener una vivienda/cuarto propio	4°	25°	
Vivir en un lugar seguro	9°	22°	
Aceptarse y quererse a sí mismo	6°	4°	
Tener buena salud	14°	9°	
Tener educación	19°	14°	
Que mis hijos tengan educación	22°	3°	
Tener pareja	7°	19°	
Tener hijos	21°	24°	
Tener pasatiempos/actividades de ocio	8°	10°	
Tener amigos	16°	16°	
Realizar algún deporte	15°	18°	

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

Para discutir las diferencias entre las distintas segmentaciones, usaremos los Estilos de Vida LATIR que resumen los principales criterios de segmentación como los ingresos, el sexo, la modernidad, entre otros. Los resultados de las correlaciones de cada Estilo de Vida LATIR han sido complementados con declaraciones dadas en las entrevistas.

Figura 24. Ranking real según Estilos de Vida LATIR

FACTORES/ATRIBUTOS	RANKING DE IMPORTANCIA REAL					
	Sofisticados	Progresistas	Modernas	Formales	Conservadoras	Austeros
Tener dinero	6°	24°	13°	13°	8°	13°
Tener ahorros	18°	18°	18°	14°	12°	15°
Tener un trabajo estable	8°	17°	24°	22°	7°	14°
Tener un negocio propio	13°	23°	21°	18°	6°	5°
Tener vehículo propio	7°	14°	25°	17°	14°	18°
La justicia	24°	9°	8°	24°	18°	16°
Seguridad ciudadana	21°	3°	16°	25°	24°	24°
Tener un gobierno estable/autoridades competentes	23°	10°	15°	23°	20°	19°
Ser reconocido/respetado	3°	1°	5°	1°	16°	23°
Tener buena ropa	4°	11°	10°	2°	21°	4°
Ser atractivo/simpático físicamente	5°	7°	7°	10°	11°	8°
Llevar buenas relaciones con otros	2°	19°	11°	6°	19°	6°
Vivir en un lugar limpio y bonito	17°	4°	19°	5°	1°	7°
Tener cosas bonitas en casa	25°	6°	22°	3°	4°	2°
Tener una vivienda/cuarto propio	14°	16°	17°	8°	25°	10°
Vivir en un lugar seguro	10°	25°	23°	20°	17°	22°
Aceptarse y quererse a sí mismo	9°	2°	2°	11°	3°	12°
Tener buena salud	15°	12°	3°	4°	5°	21°
Tener educación	20°	5°	20°	7°	10°	17°
Que mis hijos tengan educación	19°	15°	14°	9°	2°	25°
Tener pareja	12°	8°	4°	12°	15°	1°
Tener hijos	16°	22°	6°	16°	22°	3°
Tener pasatiempos/actividades de ocio	1°	21°	9°	15°	9°	20°
Tener amigos	22°	13°	1°	19°	23°	9°
Realizar algún deporte	11°	20°	12°	21°	13°	11°

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

Sofisticados

Como tienen sus necesidades básicas cubiertas, anhelarían alcanzar el éxito en un sentido más abstracto, priorizando aspectos hedónicos y sociales (similar a lo encontrado en el estudio de Alarcón). Estarán especialmente interesados en actividades de relaxo, como salir a tomar unos tragos o participar activamente en redes sociales. También buscarán el reconocimiento laboral y académico, no tanto por las recompensas económicas, sino por sentir que lo invertido en su educación (tiempo y dinero) ha rendido frutos.



Progresistas

Apuntan a conseguir méritos a través del trabajo duro. Ven el reconocimiento social como un termómetro de sus logros, pero también como una herramienta de trabajo (para tener recomendaciones hacia potenciales clientes, para la colaboración con amigos y para ser un modelo para sus trabajadores a cargo).



Modernas

Que buscan la realización fuera del hogar, disfrutarán de actividades como estudiar, trabajar y tener vida social. Suelen salir y conversar en lugares como salones de belleza, casas de amigas y lugares de esparcimiento. Gracias a estas interacciones, pueden explorar distintas facetas de sí mismas, tanto en el sentido estético como en lo social y laboral.



Formalistas

Que están interesados en el ascenso social, estarán especialmente interesados en lograr el reconocimiento mediante la adquisición de bienes simbólicos, como ropa de marcas reconocidas (incluso aunque no esté a su alcance) y viviendas estéticamente atractivas y ubicadas en zonas "respetables". Para ellos, la vivienda propia significaría la posibilidad de asegurarles una *vida digna* a sus hijos.



Conservadoras

Que se abocan al bienestar del hogar, buscarán evidenciar cuán cuidadosas son mediante actividades como la limpieza y el cuidado de la vivienda. Son abnegadas y lo dan todo por su familia, de quienes esperan que les correspondan con el mismo cariño. La educación personal para ellas mismas no es considerada como algo muy importante, pero sí la de sus hijos, especialmente en temas que no se aprenden en las escuelas, sino en casa.



Austeros

Confían en sentirse apoyados en sus problemas, principalmente por su familia. Así que el hogar se configura como el centro de sus vidas (coincidente con el estudio de Yamamoto y Feijoo, quienes también estudiaron este segmento). El tener pareja no se percibe como una obligación social; lo perciben como una elección que trae beneficios para ambas partes, especialmente para sobrellevar problemas, criar a sus hijos con éxito y, de mayores, amortiguar la sensación de nido vacío. Los hijos suelen no ser planificados y, aunque imaginan una vida feliz de no haberlos tenido, con el tiempo se les considera su mayor activo.



Capi- tulo



¿Por qué
somos así?

1

LAS 7 NECESIDADES SUBYACENTES A LOS DESEOS-METAS

¿Por qué en nuestros estudios los participantes enlistaron solo 25 deseos-metas? ¿Por qué solo esos y no otros? La respuesta está en las necesidades. Recordemos que los deseos-metas son las formas en que las personas han aprendido cómo se pueden satisfacer las necesidades y ser felices. Pero, como las necesidades son elementos profundos, de los cuales no somos plenamente conscientes, es difícil evaluarlos directamente, aunque su reconocimiento simplificaría el análisis de la felicidad.

Como se mencionó anteriormente, debido a que las personas buscan distintas formas de cubrir sus necesidades, algunos deseos-metas están relacionados entre sí. Para aproximarnos a cada necesidad, nos hemos basado en una técnica estadística llamada "análisis factorial", con la cual hemos reducido los deseos-metas en grupos, que representarían a las necesidades. Se identificaron 7 necesidades, cifra con la cual se cumplieron los requisitos de robustez estadística (índice de correlación KMO = 0.88; varianza explicada = 68%).

“Medir directamente las necesidades puede ser tendencioso y sesgado”

Jorge Yamamoto y Ana Rosa Feijoo

Tabla 10. Matriz de componente rotado, convergido en 14 iteraciones

DESEO	FACTOR							NECESIDAD
	1	2	3	4	5	6	7	
Tener dinero	,828	,161		,188	,117			Bienestar económico
Tener ahorros	,806	,174		,233	,171			
Tener un negocio propio	,760	,221		,136	,104		,151	
Tener un trabajo estable	,735	,139	,195		,227			
Tener vehículo propio	,507	,248	,441	,195			,198	
La justicia	,185	,916	,164					Bienestar de la sociedad
Tener un gobierno estable/autoridades competentes	,211	,898		,156				
Seguridad ciudadana	,274	,891		,115				
Tener buena ropa	,298	,154	,666	,396			,140	Reconocimiento y relaciones (comparación con otros)
Ser atractivo/simpático físicamente		,192	,619		,328		,162	
Ser reconocido/respetado	,161		,600		,333	,242		
Llevar buenas relaciones con otros	,150		,578		,240	,395	,105	
Tener una vivienda/cuarto propio	,136	,188		,727	,140	,145	,180	Progreso de la vivienda (comparación con el pasado)
Vivir en un lugar limpio y bonito	,219		,202	,692	,159		,171	
Vivir en un lugar seguro	,434	,148		,634			,210	
Tener cosas bonitas en casa (muebles, adornos, etc)	,118	,146	,534	,605			,126	
Tener educación	,252	,227	,232	,180	,671			Bienestar con uno mismo
Tener buena salud	,121		,287		,640			
Aceptarse y quererse así mismo	,133	-,159		,218	,610		,341	
Tener hijos						,836	-,104	Soporte familiar
Tener pareja	,103					,809	,102	
Tener pasatiempos/actividades de ocio	,317		,181	,123	,192		,732	Entretimiento (flow)
Realizar algún deporte	,233	,303	,142	,118	,403		502	
Tener amigos			,336			,427	,497	

Método de extracción: análisis de componentes principales

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

Las 7 necesidades forman un continuo entre los aspectos más generales del bienestar (condiciones para progresar) y los logros (sociales, materiales y experienciales). Varias de estas necesidades guardan relación teórica con las referencias citadas en el Capítulo 1.

Bienestar de la sociedad

Es la protección que se tiene fuera del hogar. Se asocia principalmente con la protección estatal en forma de institucionalidad, es decir, de contar con un orden legítimo. Idealmente, serían reglas de juego coherentes con la realidad, con mecanismos que aseguren su cumplimiento y ser dirigidas por autoridades competentes.

“Debemos vivir en una sociedad donde se haga justicia; así tú sabes que ante cualquier problema tienes leyes o instituciones que te protegen; si esto no es así, vives frustrado y decepcionado porque no sabes a quién recurrir”

Participante

Soporte familiar (punto de apoyo para afrontar los problemas)

Es el complemento personal y da respaldo a acciones individuales, como el afronte de situaciones problemáticas. Las familias pueden ser un apoyo funcional (incluso económico), pero, más que todo, un apoyo afectivo (Otazzi, 2009). La familia sería una fuente de gratificaciones que cubre aspectos como el cuidado, la seguridad, el confort, la intimidad y la gratificación sexual.

“Alguien que esté ahí y que te apoye. Que esté ahí, que siempre te llene de ánimos; o sea, no puedes elegir a cualquiera como tu pareja. Todo ese complemento de tu pareja se termina de cerrar con los hijos. Ellos nos dan alegría, amor. Cuando tienes tu propio hogar, ya independiente, ellos van a ser la felicidad de ese hogar. Sino ¿cómo sería una casa, ya sea chiquita o grande, sin la alegría de ellos que corren por ahí?”

Participante

Bienestar con uno mismo (capacidad para eventualmente cubrir sus necesidades)

Es percibirse a sí mismo como un recurso valioso para el progreso personal. Parte de una visión humanista donde “todo empieza por uno mismo”. Consiste en contar con las capacidades como la autoestima (“aceptarse con todos sus defectos”, “ser fuerte, sin dudar de uno mismo”), conocerse a profundidad (“saber lo que se quiere en la vida”) y ser responsable (“cumplir con lo que te ha tocado”) para, potencialmente, lograr hacer lo que haga falta para ser feliz. Lograr este bienestar promete cubrir lo material y lo afectivo.

La educación de los hijos en los padres sin educación no es muy valorada; en los padres con carreras profesionales, ya se da por descontada; y en los padres con carreras técnicas, es especialmente importante, pues se proyectan en ellos.

“Para tener una vivienda propia, como te digo, se logra estudiando. Primero, llegar a esta meta, y luego trabajar; con eso ya se puede sacar una vivienda, salir adelante, sacar adelante a tu familia, tener una profesión y ser alguien en un futuro”

Participante

Bienestar económico (seguridad de un nivel de bienestar base)

Es tener los medios adecuados (dinero, trabajo, etc.) y suficientes para lograr condiciones básicas para el progreso. No se trata solamente de la supervivencia, sino, además, de compensar la ineficiencia del Estado en temas como educación, salud y seguridad.

“Conseguir elementos materiales que te hacen feliz, creo que se consiguen con el trabajo, porque trabajando consigues los medios para tener una buena vivienda, que tus hijos estudien en un buen colegio, etc. Y la idea es conseguir un buen trabajo, porque hay personas que trabajan mucho, pero solo ganan para cubrir lo básico, y viven angustiadas por el tema económico”

Participante

Reconocimiento y relaciones (señales de logro en base a los otros)

Es la aprobación externa sobre realizar las acciones correctas o ir por el camino correcto. No solo incluye aspectos meritocráticos, sino también otros como el atractivo físico, que impacta en la autoestima.

“Todo logro que uno consigue te satisface si eres reconocido. Ya sea en el trabajo o en la casa misma, eso te da orgullo, y te hace sentir que valió la pena el esfuerzo. Ser respetado también es bueno; tener una vida ejemplar, no ser sinvergüenza, ser cumplido en todo, para inspirar respeto de los demás, eso es bueno”

Participante

Progreso de la vivienda (señales de logro respecto al pasado)

Es un resultado relacionado con lo económico que eleva tangiblemente la calidad de vida en el día a día. Es una fuente de tranquilidad en muchos sentidos. Por un lado, alivia por el hecho de no “estar pagando alquiler”, pero principalmente se relaciona con ganar independencia/libertad para expresarse.

“Tener una casa propia se logra trabajando, juntando el dinero, ahorrando; o si no te alcanza pidiendo un préstamo. El contar con una vivienda propia es importante, porque te da la tranquilidad de ser independiente, o sea, no vivir con los padres de una, porque siempre podría haber, no digamos conflictos, pero podría haber intercambio de palabras, que alguno no le va a gustar; entonces para evitar eso, cada uno debe tener su espacio”

Participante

Entretenimiento (felicidad en la actividad, "Flow")

Es la satisfacción producida por realizar actividades hedónicas, que finalmente nos hacen sentir vivos. Aunque estas actividades pueden hacerse individual o grupalmente (con familiares o con amigos), su fin siempre será una experiencia individual y momentánea. En 2010, los investigadores holandeses Jeroen Nawijn, Miquelle Marchand, Ruut Veenhoven y Ad Vingerhoets realizaron un estudio que mostró cuantitativamente que las personas que tomaban vacaciones relajantes eran más felices que las que no, especialmente antes de salir, debido a la expectativa generada.

"Si uno no se entretiene en algo, sería como un robot; en cambio si uno se relaja, va al cine a ver una obra, ayuda a relajarse. Más que tener tiempos de ocio o de entretenimiento, se trata de tener un espacio contigo mismo. Sentarte a pensar en tu vida, en lo que haces, lo que no haces, recordar, escuchar música, pero para uno. Independientemente de la actividad que sea, tener tiempo para ti, eso es felicidad"

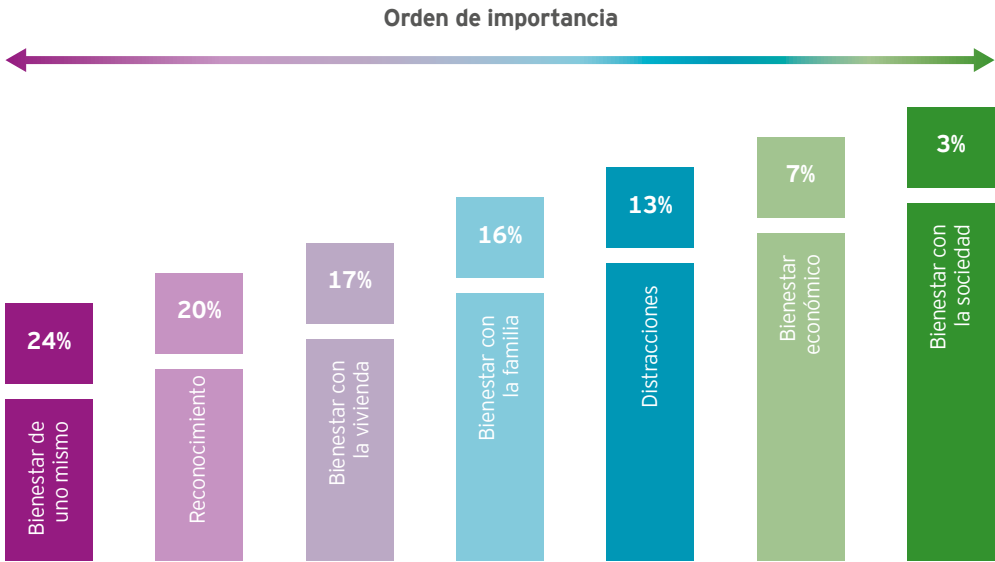
Participante



LA IMPORTANCIA DE CADA NECESIDAD EN LA FELICIDAD

Es posible conocer el peso relativo de cada necesidad mediante los análisis de correlación. Nuestros resultados muestran que la felicidad se compone principalmente de la satisfacción de aspectos relacionados con uno mismo y de reconocimiento; luego, de aspectos relacionados con la vivienda y la familia y, finalmente, de aspectos recreativos, económicos y sociales.

Figura 25. Ranking de importancia de las 7 necesidades



Las dimensiones e intensidad de **estas dimensiones varían de acuerdo al perfil**; sin embargo, todos se integran para formar la percepción de bienestar en el individuo.

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

La importancia de estas necesidades varía dependiendo del grupo poblacional estudiado. Según los Estilos de Vida catalogados bajo el enfoque LATIR, se comprueba lo encontrado en el ranking real, pero con mayor simpleza. Gracias a este análisis también se pueden distinguir con facilidad las necesidades que menos estarían aportando a la felicidad. Analizaremos estos casos en las siguientes secciones.

Figura 26. Importancia de las necesidades en cada Estilo de Vida catalogado bajo el enfoque de LATIR

FACTORES	Sofisticados	Progresistas	Modernas	Formales	Conservadoras	Austeros
Bienestar económico	3° (19%)	7° (0%)	7° (0%)	5° (8%)	2° (29%)	5° (9%)
Bienestar con la sociedad	7° (0%)	2° (23%)	4° (12%)	7° (0%)	7° (0%)	7° (1%)
Reconocimiento y relaciones	1° (28%)	3° (22%)	5° (9%)	1° (24%)	4° (9%)	2° (22%)
Bienestar con la vivienda	6° (1%)	4° (16%)	6° (0%)	3° (22%)	3° (19%)	3° (19%)
Bienestar con uno mismo	4° (17%)	1° (29%)	3° (17%)	2° (23%)	1° (43%)	6° (6%)
Tener familia	5° (16%)	5° (9%)	2° (30%)	4° (18%)	6° (0%)	1° (32%)
Entretenimiento	2° (19%)	6° (0%)	1° (31%)	6° (4%)	5° (0%)	4° (10%)

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

La diferencia entre segmentos despierta la duda: las necesidades, al ser aspectos profundos, ¿no deberían ser universales? Pues no, y por varios fenómenos. El primero, porque los individuos tienden a exagerar más aquello que les hace falta y a restar importancia a aquello que poseen (Kahneman & Krueger, 2006). Y el segundo, por los contextos culturales, que exigen cubrir diferentes necesidades en cada caso. Veamos estos fenómenos uno por uno.

LA INFLUENCIA DE "LO PENDIENTE"

Las necesidades son estados de carencia percibidos, y cobran protagonismo en la mente porque desequilibran el organismo. Tenderemos a prestar más atención a lo pendiente. Siempre hay algo pendiente. Los ideales de las personas tienden a ajustarse conforme aumentan sus recursos y van cubriendo necesidades, aumentando de nivel (Abraham Maslow, 1954). Esta perenne fijación en lo pendiente recibe varios nombres, como la "paradoja de Easterlin¹", la "adaptación hedonista²" o la "tendencia de ilusión de foco³", pero puede reflejarse en referencias más conocidas, como el "vaso medio vacío" o "el mito de Sísifo⁴".

1 Planteamiento de Richard Easterlin (1974) acerca de que la variación de la riqueza individual no necesariamente acompañaba la variación de los niveles de felicidad. 2 Concepto planteado por Coates Brickman y Donald Campbell (1971), quienes usan la metáfora de una caminadora eléctrica, para describir cómo la adaptabilidad de los umbrales perceptuales sirve para evaluar la felicidad individual. El término usado es "hedonic treadmill". 3 Planteado por Abraham Maslow (1954). Este fenómeno se describe más adelante. 4 Referencia del filósofo Albert Camus (1942) sobre un hombre griego, Sísifo, quien fue castigado por los dioses a empujar eternamente una roca hasta la cima de un monte, pero, al creer haberlo logrado, esta rodaba cuesta abajo, por lo que debía volver a empezar.

“No es lo que tenemos, sino lo que disfrutamos lo que constituye nuestra abundancia”

Participante

Maslow planteó la existencia de una jerarquía de necesidades, donde las más básicas eran la alimentación, la salud, la reproducción, entre otras que son instintivas y serían las primeras en buscar satisfacerse, pues asegurarían la supervivencia. Las necesidades básicas son más importantes en segmentos de menores ingresos, como los Austeros, pues no las tienen plenamente aseguradas. Los Austeros son el único Estilo de Vida catalogados bajo el enfoque LATIR donde las 7 necesidades (todas) siguen aportando a la felicidad, ya que ninguna de ellas está plenamente cubierta.

Sin embargo, para los Sofisticados, cuyas condiciones sociales suelen ser óptimas (tienen vecindarios seguros, viviendas terminadas, establecimientos de salud y colegios de calidad, e incluso “más” justicia), el bienestar de la sociedad y el progreso de la vivienda aparentemente no están correlacionados con su felicidad. Según el estudio de los psicólogos estadounidenses Louis Tay y Ed Diener (2011), si bien cubrir las necesidades básicas mejora la evaluación de la calidad de vida, cubrir necesidades superiores (como el reconocimiento y el entretenimiento) aporta emociones positivas. Y es que no solo de pan vive el hombre.

Explicar el rol de “lo pendiente” en los Austeros y los Sofisticados ha sido relativamente sencillo porque son los segmentos más ubicados en los extremos sociales, pero en el resto de los Estilos de Vida LATIR participan otras influencias más complejas, como la cultura. En su libro de 2017,

Rolando Arellano Cueva explica que existe una relación entre los estilos de vida y los valores culturales propuestos por el psicólogo social holandés Geert Hofstede. En este análisis, muestra que los valores de “individualismo” y “orientación de largo plazo” se correlacionan con los Formalistas y los Austeros debido a su orientación hacia la reflexión, pues los Formalistas reflexionan mucho sobre su imagen social y crecimiento, y los Austeros, sobre cómo afrontar sus carencias y su futuro.

Mientras tanto, las Modernas y los Progresistas tendrían un correlato con los valores de “masculinidad” (que se refiere a la competitividad y la búsqueda del logro, no al machismo) e “indulgencia”, pues ambos, Modernos y Progresistas, son muy vehementes, pero se diferencian en que las Modernas optarán por asumir (y demostrar) roles de liderazgo, mientras que los Progresistas optarán directamente por el aplomo. Por último, los Sofisticados y las Conservadoras, que son los grupos más moderados y menos extremos de los 6 Estilos de Vida catalogados bajo el enfoque LATIR, se caracterizan por la búsqueda de la tranquilidad y la evitación de incertidumbre.

Figura 27. Asociaciones entre las dimensiones culturales de Hofstede y los LATIR

Actitudes	REFLEXIÓN	TRANQUILIDAD	VEHEMENCIA
Dimensiones culturales	Individualismo/Orientación de largo plazo	Evitación de la incertidumbre	Masculinidad/Indulgencia
Edv Modernos	FORMALISTA	SOFISTICADO	MODERNA
Edv Tradicionales	AUSTERO	CONSERVADORA	PROGRESISTA

Fuente: Arellano R, 2017

LA INFLUENCIA DEL CONTEXTO CULTURAL

La cultura sería la “personalidad” de una sociedad. Diversos estudios transculturales han descubierto la existencia de diversas formas de entender la felicidad y, por lo tanto, de diversas estrategias para ser felices. El efecto de la cultura en la felicidad consiste en convencer a los individuos de que ciertas necesidades son más relevantes y que pueden ser satisfechas mediante deseos-metas específicos. Entonces, habría más de una felicidad, las cuales dependen del imaginario colectivo en el que los individuos estén insertos. Por ejemplo, tal como se muestra en la Figura 28, el PBI per cápita de los países se relaciona con sus niveles de felicidad (medidos a través del *life satisfaction*) con una tendencia curva, con la sistemática excepción de América Latina, cuyos países se ubican por encima de ella. Diversos autores atribuyen esta diferencia regional a la cultura latinoamericana, que sumaría una cuota de felicidad sobre el bienestar económico de sus países.

Dentro de un mismo país pueden existir diferentes culturas, especialmente en economías de capitalismo tardío como el Perú y muchos otros países emergentes, donde los cambios económicos se acompañan de rápidos cambios sociales. El profesor de la Universidad de Michigan, Aaron Ahuvia (2002), divide la cultura en dos grupos: las individualistas y las colectivistas. En las culturas individualistas se privilegian las experiencias afectivas individuales para ser felices; y en las colectivistas, la felicidad está en las garantías de supervivencia mediante la colaboración.

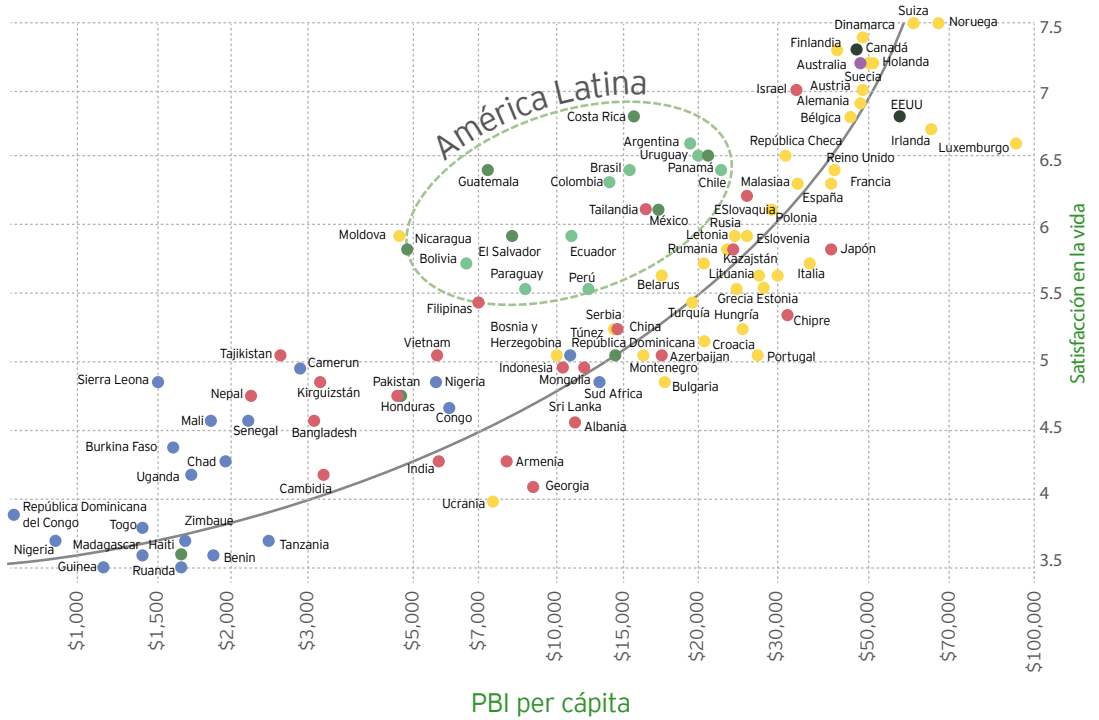
Las culturas individualistas funcionan mejor en sociedades con alto bienestar, pues el sistema da beneficios que liberan a los individuos de obligaciones para poder “disfrutar la vida” y llevar “una vida emocionante”. Las culturas colectivistas, en cambio, surgen como estrategia de supervivencia en sociedades pobres, donde priman el “reconocimiento social”, “la imagen pública” y “la honra”, por encima de la propia individualidad.

Otros grandes aportes al estudio de la cultura lo hicieron Shalom Schwartz (1992) y Richard Ryan y Edward Deci (2000). Schwartz planteó una escala de 10 valores universales para todas las culturas, y la combinación de éstos configura una idea particular de felicidad en cada sociedad. Ryan y Deci plantearon la teoría de la autodeterminación, que establece dos tipos de motivaciones: las intrínsecas, que proveen emociones positivas, y las extrínsecas, que liberan de emociones negativas. Los investigadores estadounidenses Tim Kasser y Aaron Ahuvia (2002) encontraron relación entre las motivaciones intrínsecas con la aceptación personal, la vitalidad, el bienestar general y la felicidad; mientras que las motivaciones extrínsecas se vinculaban con incrementar la autoestima. Otro estudio realizado por Haslam, Whelan y Bastian (2009) mostró que la motivación externa (ejercida por el efecto de la cultura) está mediada por la personalidad de cada individuo, especialmente por los rasgos de neuroticismo, extraversión y agradabilidad.

Figura 28. PBI per cápita vs. satisfacción con la vida (Ortiz-Ospina, 2017)

Autoreporte del PBI per cápita vs. satisfacción con la vida, en 2015

El color representa el continente del país. Todos los países latinoamericanos, con la excepción de República Dominicana, está en el eclipse.

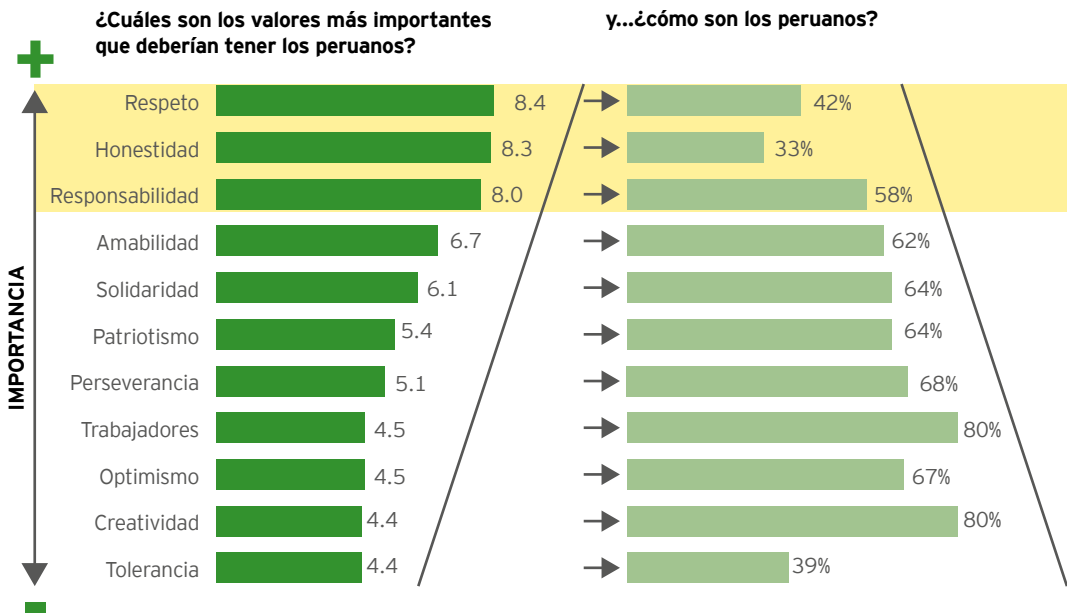


Fuente: PBI per cápita: Banco Mundial. Satisfacción con la vida: Gallup World Poll.

2 ¿CÓMO AFECTAN NUESTROS ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y CULTURALES A LA FELICIDAD? ¿Y CÓMO EXPLICAN ESTAS 7 NECESIDADES?

La idiosincrasia peruana está llena de contradicciones, pero no fortuitamente, sino por fuerzas históricas que la han encaminado hasta este punto. Por ejemplo, según el estudio de valores individuales y sociales realizado por Arellano Consultoría para crecer en 2015, se observa una disonancia entre los valores que los peruanos consideran los más importantes y los valores que finalmente practican (Figura 29). Entre los valores considerados más importantes se destacan los sociales (el respeto, la honestidad y la responsabilidad), pero los más practicados son los individuales (ser trabajadores y creativos).

Figura 29. Evaluación de los valores individuales y sociales



Puntaje del 1 al 11: 11 es el máximo puntaje que un valor puede tener y 1 es el mínimo.

Los resultados están expresados en TTB (suma de las dos valoraciones más altas -Muy de acuerdo + De acuerdo- en una escala del 1 al 4)

Esta no es una realidad estática. El mismo estudio muestra que esta disonancia viene acentuándose en el tiempo (Figura 30). La sociedad peruana no termina de definirse a sí misma, y si seguimos este curso, la felicidad estará bajo amenaza.

Figura 30. Evolución de los valores individuales y sociales

Con respecto a hace 10 años, el peruano habría mejorado principalmente en los valores de carácter individual...

▶ más CREATIVOS	(71%)	↑
▶ más TRABAJADORES	(60%)	
▶ más OPTIMISTAS	(59%)	
▶ más PERSEVERANTES	(59%)	

Sin embargo, ahora somos principalmente...

▶ menos HONESTOS	(70%)	↓
▶ menos RESPETUOSOS	(67%)	
▶ menos AMABLES	(63%)	
▶ menos TOLERANTES	(61%)	

Fuente: Arellano Consultoría para crecer, 2015

Tomando una perspectiva sociológica, en la siguiente sección se analizará qué ejes culturales han emergido en el curso de nuestra historia y cómo eso ha afectado la definición de la felicidad.

PRIMER EJE: LOS VALORES EVALUATIVOS, ¿CÓMO JUZGAMOS LA VIDA?

Se refiere a las motivaciones intrínsecas y extrínsecas, según la teoría de la autodeterminación (Deci & Ryan, 2008), con las cuales juzgamos la vida. En la sociedad peruana, ambas motivaciones conviven, legitimadas desde distintas trincheras. Las motivaciones extrínsecas provienen de estructuras coloniales, y las intrínsecas, de cambios sociales más recientes.

La colonia y la motivación extrínseca

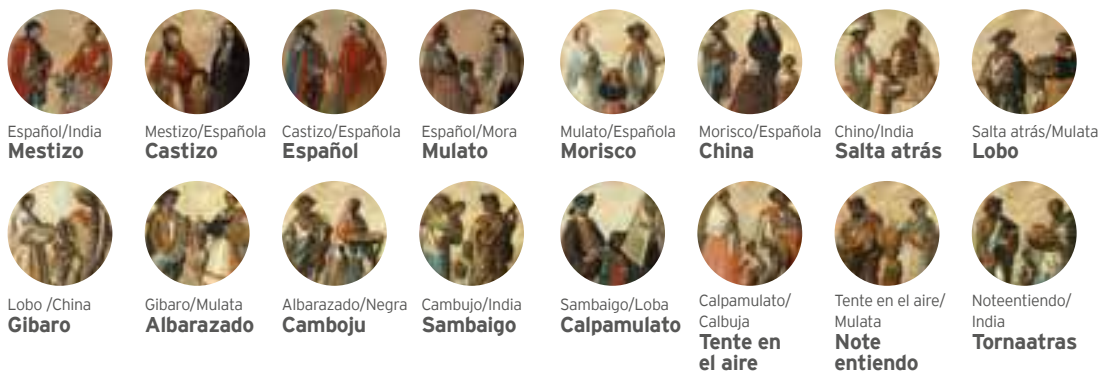
En la época colonial, los diversos estamentos servían para definir a las personas y para reconocerles derechos. Esta estereotipación no solo fue social, sino incluso espiritual. Desde la Iglesia, en ese entonces se catalogó a los nativos como “bárbaros” por naturaleza; por lo tanto, no podían acercarse a la felicidad por sí mismos, sino solo a través de quienes fueran espiritualmente más elevados (los españoles). Es decir, la misma esencia de las personas justificaba la fortuna de unos y la desgracia de otros. Cada quien tenía su lugar, y eran monitoreados para mantenerse en él mediante ideas como el pecado y la predestinación, que sacaban de foco a la autonomía y condicionaban la satisfacción de deseos-metas.

En la actualidad se conservan algunas ideas coloniales que se han modernizado con conceptos más discretos como “la decencia” (David Parker, 1992) o “la aspiracionalidad” (Arellano, 2010). Las castas por “ser de buena familia” parecen haberse desplazado hacia los niveles socioeconómicos, como mostró el estudio de Arellano Consultoría para crecer de 2012, donde se encontró que los niveles socioeconómicos más

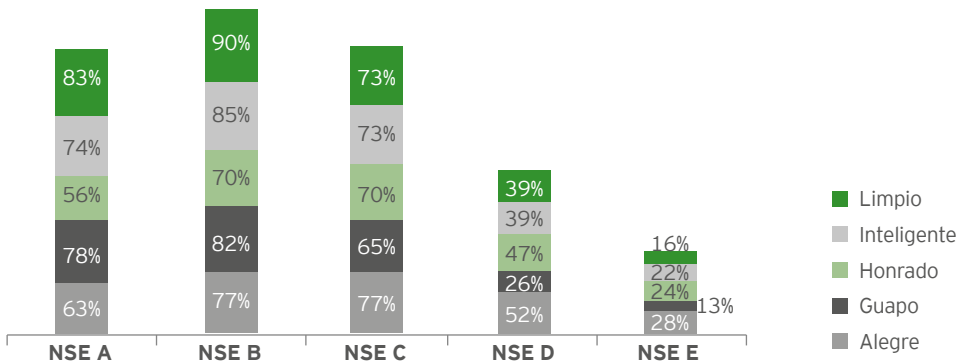
altos eran más asociados con virtudes de naturaleza no-económica. Incluso, en 2018, una sentencia de la Corte Superior de Puno resolvió que un hombre aimara habría perdido tal identidad étnica por contar con un doctorado y haberse “socializado” (Avilés, 2018).

Figura 31. Sistema de castas en la colonia y en la actualidad

Castas en el Virreinato de Nueva España (México) y del Perú



¿Cómo cree usted que sería la persona de...?



Base: población general 350 casos

Fuente: Arellano Consultoría para crecer, 2015

En 2012, los investigadores peruanos Francisco Galarza y Gustavo Yamada publicaron un estudio donde se comprobaba la discriminación racial en el ámbito laboral. Las personas de apellido de origen extranjero (español, italiano, francés) recibieron más interés en las convocatorias de empleo en comparación con perfiles igualmente competitivos, pero con apellidos locales. Estas prácticas refuerzan discursos basados en motivaciones extrínsecas, como “ser alguien (en la vida)”, según criterios de origen, o “ser gente de bien”, definido por los grupos sociales de pertenencia (colegio, universidad, distrito, etc.). Sin credenciales sociales, uno es “nadie”.

“La riqueza requerida por la naturaleza es limitada y es sencilla de adquirir, pero la riqueza requerida por ideales vanos se extiende hasta el infinito”

Epicuro (341 a. C. - 270 a. C.)

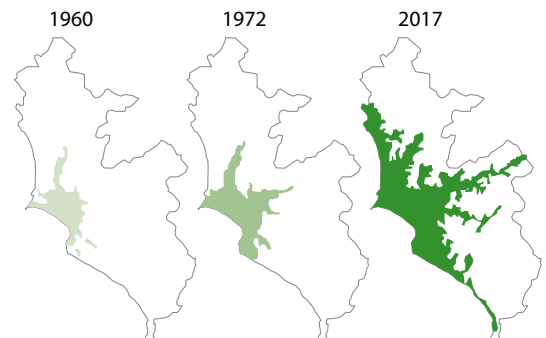
Aunque la herencia colonial persiste, su aceptación es parcial. En el estudio de Graham y Felton en América Latina publicado el 2006, encontraron que la desigualdad tiene efectos negativos sobre la felicidad y se percibe como una señal de injusticia persistente. Existe otro polo que está dirigido por una motivación opuesta.

La migración y la motivación intrínseca

Por más de un siglo de empezada la época republicana, las cosas no habían cambiado mucho. Solo en las recientes décadas surgieron eventos sociales que empujaron las grandes migraciones

hacia las principales ciudades del Perú, lo que inició la reconfiguración del orden tradicional. Según Yamamoto y Feijoo (2007), la búsqueda de un lugar para vivir mejor, como la migración, es un patrón de comportamiento universal para buscar la felicidad.

Figura 32. Crecimiento de las zonas habitadas, el caso de las migraciones hacia Lima



Una vez que los migrantes llegaron a las ciudades de arriba, desplegaron estrategias como economías étnicas y prácticas informales, que les permitieron a ellos y sus hijos formar una economía propia, al margen del restrictivo sistema tradicional. En estos contextos marginales pero liberales, los migrantes comenzaron a establecerse económicamente, a creer que el esfuerzo da frutos y a sentir que “para todos hay”. Así surgieron clústeres productivo-comerciales como Gamarra, Villa El Salvador, Caquetá, entre otros. Actualmente, la población de los barrios nuevos representa más de 2/3 del total de las ciudades (Arellano, 2004). Por tal volumen, este cambio no solo fue demográfico, sino también económico, dando lugar a la disminución de la pobreza, la reducción de las desigualdades y el surgimiento de una nueva clase media.

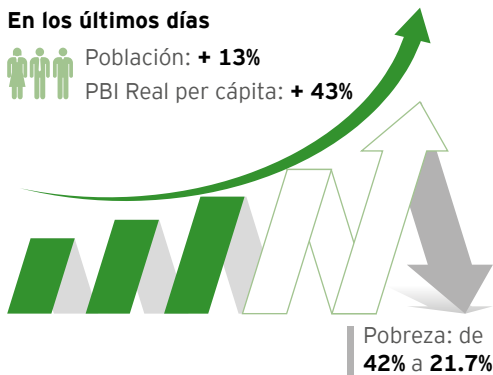
Figura 33. El crecimiento económico del Perú (2010-2017)

En los últimos días



Población: + 13%

PBI Real per cápita: + 43%



Fuente: Fondo Monetario Internacional (2018), INEI (2018)

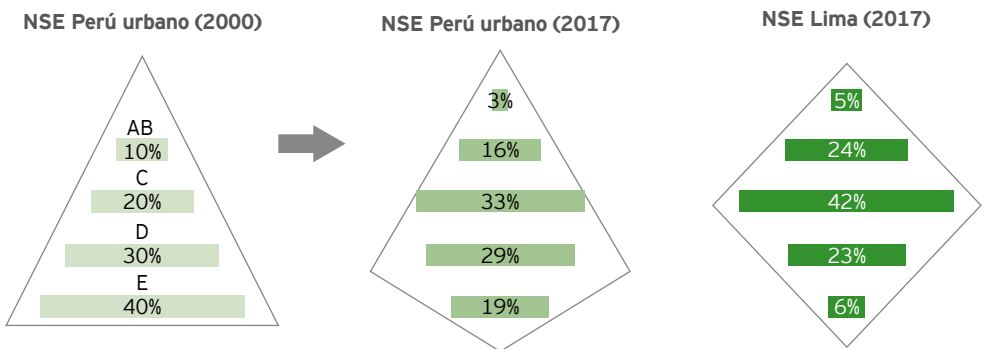
Figura 34. Evolución del índice de Gini en el Perú

Coefficiente de Gini según el ingreso (100= mayor desigualdad)



Fuente: Banco Mundial

Figura 35. Evolución de los niveles socioeconómicos en el Perú



Fuente: elaboración propia en base a los datos de APEIM (2018)

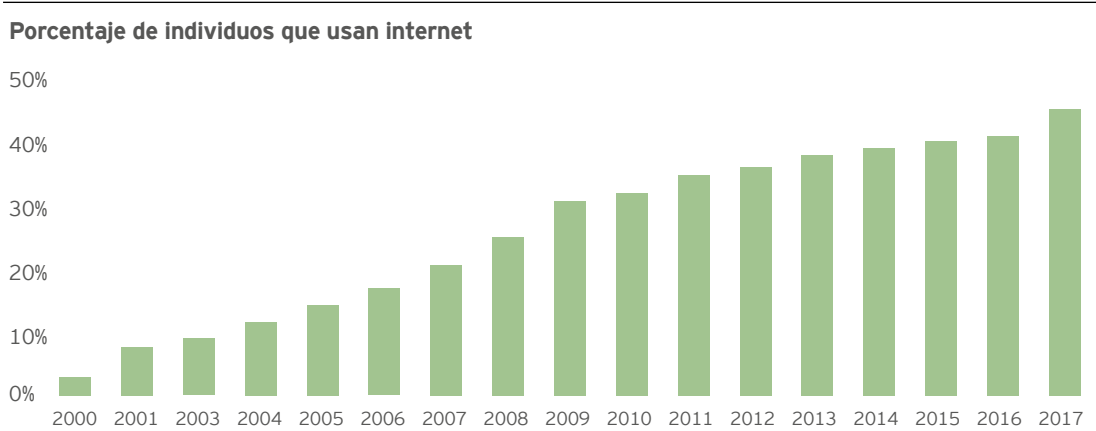
“El respeto es sumamente importante también para cada uno, más que todo en el trabajo. Si consigues el respeto de todo el mundo, te va a ir mucho mejor; las envidias no llevan a ninguna parte”

Participante

SEGUNDO EJE: LOS VALORES TEMPORALES

Los cambios de los últimos años no solo han sido locales. Los movimientos globales también han irradiado sus efectos en Perú, especialmente desde la apertura de los mercados, la llegada del internet y el crecimiento económico.

Figura 36. Evolución de la penetración de internet en Perú



Fuente: ITU, 2017

Por supuesto, algunos segmentos han corrido mejor esta ola que otros, dibujando un continuo entre los que se han acostumbrado al ritmo acelerado de la globalización, que buscan gratificaciones inmediatas, y los más tradicionales, que se orientan a proyectos de mediano y largo plazo (más ahorro y planificación).

La globalización y la inmediatez

La noción de tiempo se relativiza con la perspectiva de más oportunidades, más retos y, en general, de más cosas por hacer. De este modo, se percibe que el tiempo “queda corto”, reforzando la urgencia de “sacarle el jugo” a cada momento. A través del consumo, la búsqueda de experiencias se ha vuelto norma, al punto de empezar a saturar a los consumidores. Como se muestra en la Figura 37, con datos tomados de los estudios nacionales de Arellano Consultoría para crecer, el porcentaje de personas que disfrutaban de comprar productos nuevos es cada vez menor. Ante la sobreexposición de estímulos, la novedad deja de ser novedad. El sueño moderno no es un sueño para todos (Yamamoto & Feijoo, 2007).

Figura 37. Evolución de la actitud hacia las novedades

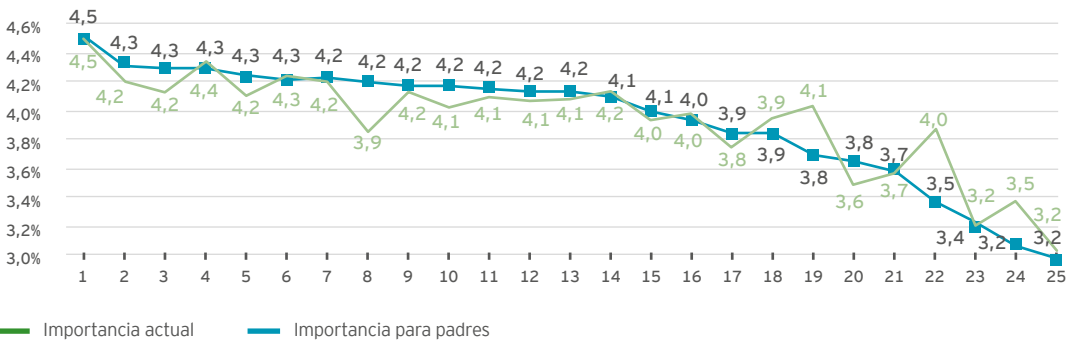


Fuente: Arellano Consultoría para crecer

La carencia y el largo plazo

En el segmento más tradicional, las acciones suelen orientarse al largo plazo. En nuestro estudio cuantitativo se incluyó la pregunta sobre la valoración de deseos-metas en los padres de los encuestados. Los resultados muestran una menor valoración de aspectos institucionales y educativos (por una mayor sensación de desamparo), los cuales se buscarán compensar con la privación del ocio. Tienen una visión estoica sobre “aguantar” los golpes del presente, pues se ha construido un discurso acerca de que la abnegación (ser chamba) permitirá la ilusión del “legado” familiar.

Figura 38. Comparación del nivel de importancia de deseos-metas de los entrevistados y los de sus padres



ATRIBUTOS

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. Tener buena salud 2. Aceptarse y querer a sí mismo 3. Seguridad ciudadana 4. Tener una vivienda/cuarto propio 5. La justicia 6. Vivir en un lugar limpio y bonito 7. Vivir en un lugar seguro 8. Tener educación | <ul style="list-style-type: none"> 9. Tener un trabajo estable 10. Tener un gobierno estable/ autoridades competentes 11. Tener un negocio propio 12. Que mis hijos tengan educación 13. Tener ahorros 14. Tener dinero 15. Llevar buenas relaciones con otros 16. Tener amigos 17. Realizar algún deporte | <ul style="list-style-type: none"> 18. Ser reconocido/respetado 19. Tener hijos 20. Tener pasatiempos/actividades de ocio 21. Tener cosas bonitas en casa (muebles, adornos, etc.) 22. Tener pareja 23. Tener buena ropa 24. Ser atractivo/simpático físicamente 25. Tener vehículo propio |
|---|--|--|

Deseos-metas cuya importancia para los padres es superior a la de los encuestados

Fuente: Resultado Arellano Consultoría para crecer - Perú 2021

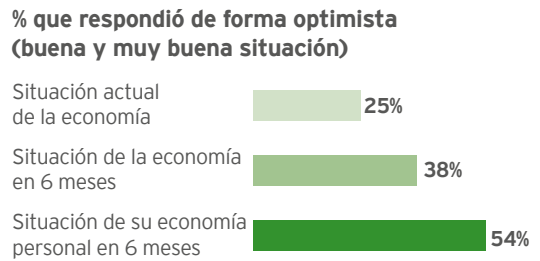


Esta visión de largo plazo no es un salto al vacío. Este segmento sigue la narrativa del “héroe”, donde al final saldrá victorioso entre los demás. Según Carol Graham y Matthew Hoover, el optimismo es un rasgo útil para la supervivencia. En el estudio nacional de Arellano Consultoría para crecer del año 2017 se encontró que el optimismo sobre la situación personal era mayor al que se tenía para el país.

“El optimismo es una negación ilusoria”

Sigmund Freud

Figura 39. Percepción de la economía personal y nacional

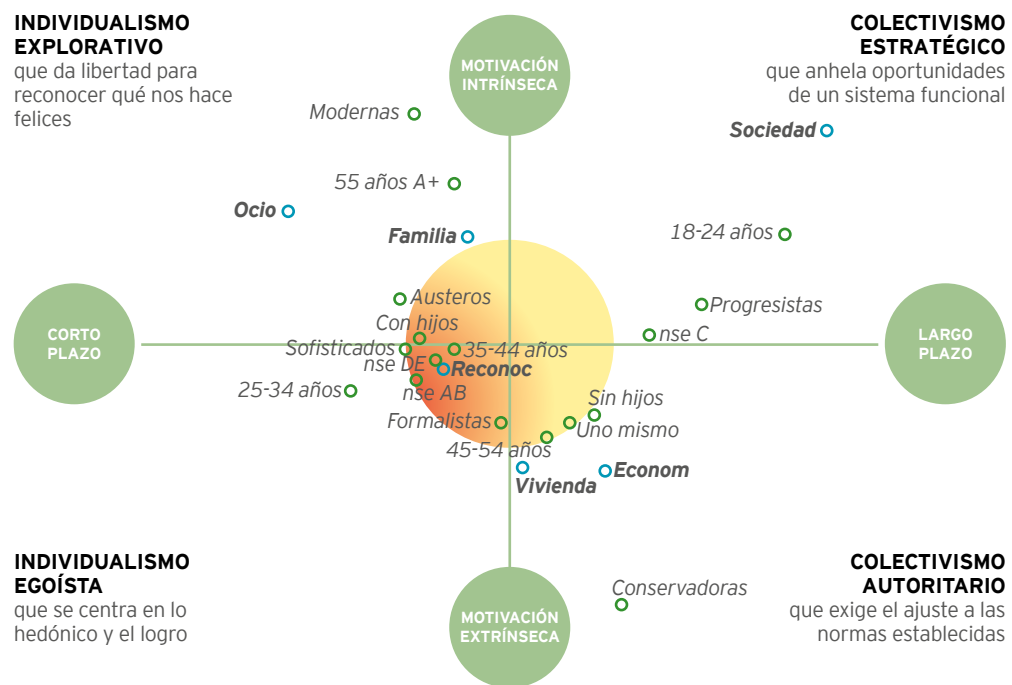


Fuente: Arellano Consultoría para crecer

EL CRUCE DE AMBOS EJES: LA MATRIZ DE LOS VALORES CULTURALES

La integración de ambos ejes nos muestra las principales 4 cosmovisiones del Perú. Gracias a la técnica estadística de correspondencias múltiples, hemos podido ubicar en ella los distintos segmentos (según edad, nivel socioeconómico y Estilo de Vida catalogados bajo el enfoque LATIR) y las 7 necesidades (ver Figura 40). Analicemos cada una de estas cosmovisiones.

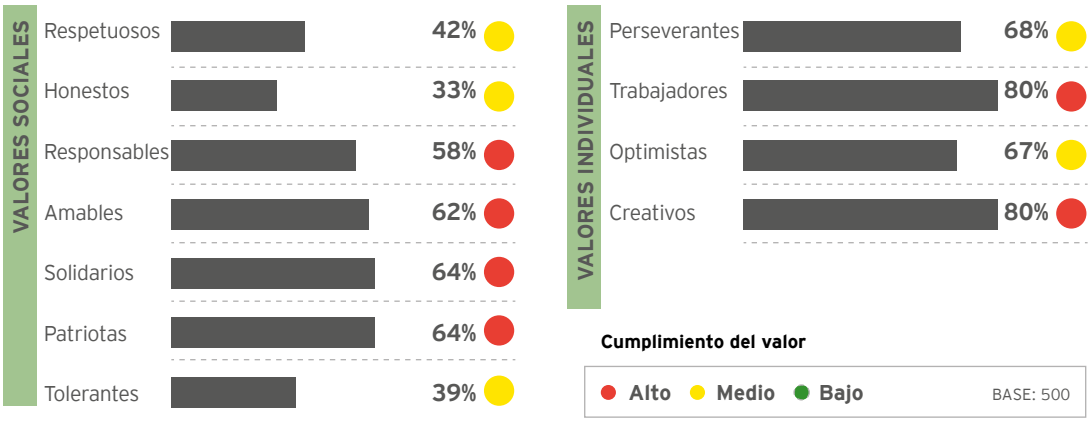
Figura 40. Matriz de valores en el Perú



1. **La cosmovisión** con más personas es el individualismo egoísta, principalmente presente en jóvenes de los 25-34 años. Tienden a compararse perversamente con los demás para evaluar su propia felicidad. El consumo simbólico y cortoplacista es muy importante para ellos. Según Yamamoto y Feijoo (2007), este tipo de patrones corresponde principalmente al mundo urbano occidental, "con relaciones anónimas y masivas, y una fuerte competencia". Los Formalistas están en el intermedio entre esta cosmovisión y el colectivismo autoritario, y los Sofisticados están en el intermedio de esta cosmovisión y el individualismo exploratorio.
2. **El individualismo exploratorio** es la cosmovisión donde se está intrínsecamente motivado a la realización de manera independiente (no aisladamente, sino libres de presiones y la coacción social). El trabajo y el disfrute son vistos como complementarios. Se disfruta de los cambios y de las emociones intensas y variadas. Esta otra cara del individualismo es más positiva. Esta cosmovisión está principalmente presente en las Modernas, personas de más de 55 años, y en los Austeros (más como un anhelo por tener una vida simple). Bajo esta cosmovisión, el tener familia aporta más a la felicidad que el progreso (físico) de la vivienda.
3. **El colectivismo estratégico** es la cosmovisión más soñadora. Bajo ella se sueña con una cooperación colectiva que traiga beneficios para todos. No es un llamado a subordinarse al grupo ni cumplir con las normas actuales. Todo lo contrario. Estas personas tienen mayor interés por cuestionar y desconfiar del sistema, e incluso transgredirlo bajo un propio ideal de "corrección" de este. Esta cosmovisión es más fuerte en los más jóvenes (de 18 a 24 años) y en los Progresistas.
4. **El colectivismo autoritario** plantea seguir las normas sin mayores cuestionamientos. La identidad personal se definiría por el cumplimiento de los roles y deberes. Esta es la cosmovisión más dogmática y apasionada, donde aspectos como el honor, la reputación y el "tener la conciencia limpia" pesan más que la objetividad. Esta cosmovisión está conformada principalmente por Conservadoras, quienes justifican la coerción social (como las amenazas) para asegurar el cumplimiento de lo establecido. Bajo esta cosmovisión, el progreso (físico) de la vivienda aporta más a la felicidad que el tener familia.

No es de extrañar que la cosmovisión donde esté la mayoría de los peruanos sea la del individualismo egoísta. El estudio sobre valores individuales y sociales realizado por Arellano Consultoría para crecer en 2015 ya había comprobado la orientación a comportarse en la medida de la expectativa de los beneficios personales, a costa de los colectivos.


Figura 41. Agrupación de valores individuales y sociales



Fuente: Arellano Consultoría para crecer, 2015

Hay que entender estas cosmovisiones en sus circunstancias y proponernos superar las más desadaptativas. Según Ahuvia (2002), las culturas más felices tienden a combinar un sentido de responsabilidad social con un alto grado de libertad.

Capítulo



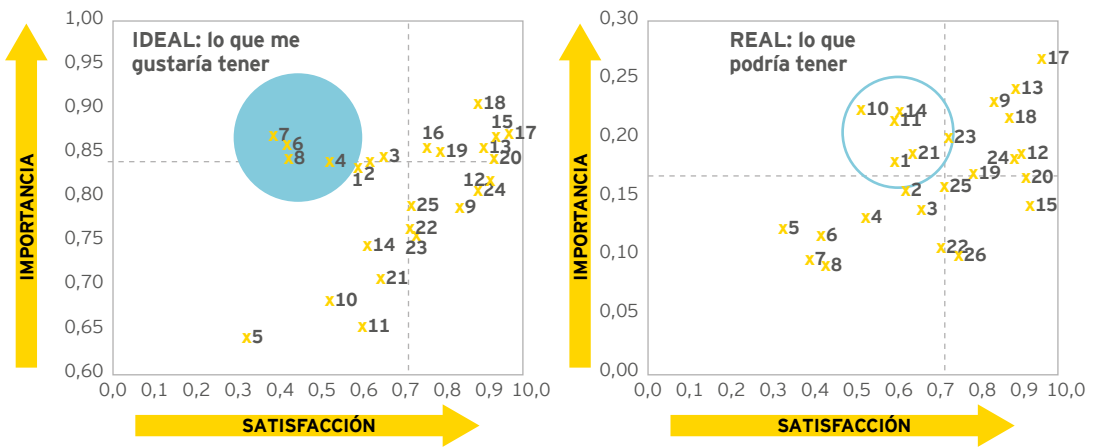
IV Acciones para aumentar la felicidad al 2021

Una conocida reflexión en administración plantea que “lo que no se puede medir no se puede mejorar”. Pero ¿qué debemos medir en temas de felicidad? Hasta ahora nuestras mediciones en Perú (cuyos resultados se muestran en los capítulos II y III) nos han indicado lo siguiente:

1. Que, a nivel general, la felicidad de los peruanos se ubica en un tramo “aprobatorio” y tiene un margen de mejora para llegar a ser “sobresaliente”.
2. Que la felicidad propia se evalúa mejor que la de la sociedad general, pero peor que la de nuestros familiares cercanos.
3. Que existen 25 deseos-metas considerados importantes para alcanzar la felicidad.
4. Que todos los deseos-metas son considerados importantes (en el ranking ideal).
5. Que los deseos-metas que realmente nos están haciendo felices hoy (en el ranking real) son el bienestar individual y el consumo.
6. Que los Estilos de Vida catalogados bajo el enfoque LATIR tienen diferentes visiones sobre qué es la felicidad y en ellos se trazan estrategias propias para ser felices.
7. Que los 25 deseos-metas responden a 7 necesidades subyacentes.
8. Que estas necesidades se configuran en un continuo que va desde las condiciones básicas (bienestar social, familiar y personal) hasta experiencias gratificantes (reconocimiento, progreso y entretenimiento).
9. Que estas 7 necesidades son resultado de las contingencias históricas, las cuales siguen en proceso de cambio.
10. Que la mayoría tiene orientación cortoplacista y que evalúa su felicidad desde la perspectiva comparativa.

Todas estas mediciones muestran la situación de nuestra felicidad; sin embargo, la interpretación aislada de estos datos es insuficiente para dirigir acciones hacia el futuro. Una mejor estrategia que la simple medición es el diagnóstico, tal como lo hacen los médicos, donde interpretan conjuntamente múltiples mediciones antes de proponer un tratamiento. Si contrastamos los rankings ideal y real con los niveles de satisfacción, podemos visualizar qué deseos-metas apremian más por ser satisfechos. Estas matrices generan 4 cuadrantes, como se muestra en la Figura 42. La mayoría de los deseos-metas mantienen su misma ubicación en ambas matrices, pero hay dos grandes diferencias, especialmente entre los aspectos menos satisfechos (Figura 43, cuadrantes II y III).

Figura 42. Matrices de los rankings ideal y real vs los niveles de satisfacción



ATRIBUTOS

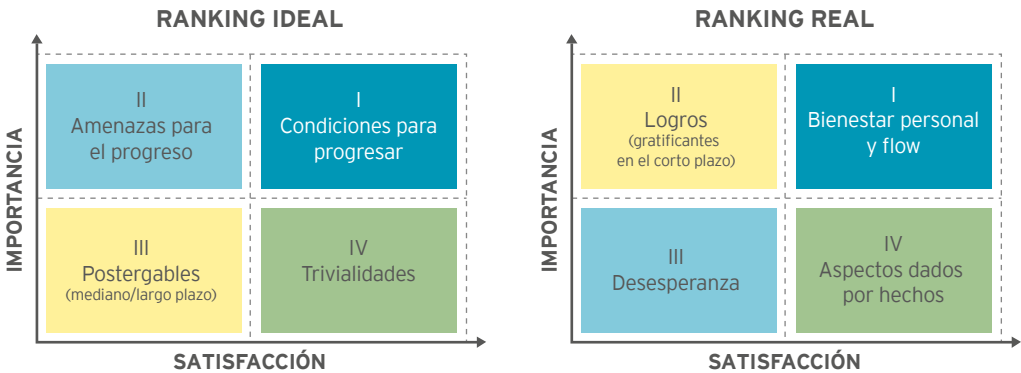
- | | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. Tener dinero 2. Tener ahorros 3. Tener un trabajo estable 4. Tener un negocio propio 5. Tener vehículo propio 6. La justicia 7. Seguridad ciudadana 8. Tener un gobierno estable/ autoridades competentes 9. Ser reconocido/respetado | <ul style="list-style-type: none"> 10. Tener buena ropa 11. Ser atractivo/simpático físicamente 12. Llevar buenas relaciones con otros 13. Vivir en un lugar limpio y bonito 14. Tener cosas bonitas en casa 15. Tener una vivienda/cuarto propio 16. Vivir en un lugar seguro 17. Aceptarse y quererse a sí mismo | <ul style="list-style-type: none"> 18. Tener buena salud 19. Tener educación 20. Que mis hijos tengan educación 21. Tener pareja 22. Tener hijos 23. Tener pasatiempos/actividades 24. Tener amigos 25. Realizar algún deporte |
|--|--|--|

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

La primera diferencia es en los aspectos institucionales (“Tener justicia”, “Vivir en un lugar seguro”, “Tener autoridades competentes” y “Tener un negocio”), que en el ranking ideal se reconocen como que “podrían” sumar mucho a la felicidad; pero en el ranking real se muestra que actualmente no estarían sumando. Por el contrario, los aspectos vistos como postergables (“Tener dinero”, “Tener buena ropa”, “Ser atractivo”,

“Tener cosas bonitas en casa” y “Tener pareja”) aportarían más a la felicidad. Como se observa en las matrices de la Figura 43, los cuadrantes II y III prácticamente se han invertido entre los rankings ideal y real. La razón es que unos aspectos sí están bajo el control directo, dando una sensación de progreso, y los otros no. Como describió Richard Webb (1999), “somos ricos en lo privado y pobres en lo público”.

Figura 43. Interpretación de los cuadrantes de los rankings ideal y real



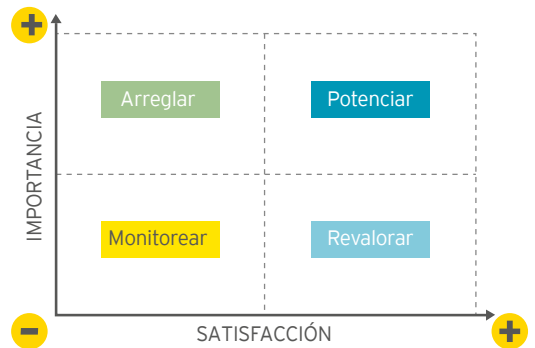
La segunda diferencia son los movimientos entre los cuadrantes I y IV, que son pocos, pero vale la pena mencionarlos. El cuadrante I es el que más explica la felicidad, y ahí se ubican los deseos-metas relacionados con el bienestar personal (“La salud”, “Aceptarse y querer a sí mismo” y “Vivir en un lugar bonito y limpio”). En el ranking real suman otros deseos-metas al cuadrante I, que son juzgados como trivialidades (“Tener amigos”, “Tener buenas relaciones con los demás”, “Ser reconocido” y “Tener actividades de ocio”), pero suman mucho a sentirse vivo. Por último, muy pocos aspectos quedan en el cuadrante IV, y no afectan mucho a la felicidad porque ya se dan por hechos.

Viendo que hay cierta lógica entre la satisfacción, la expectativa y la experiencia, no podemos simplemente proponernos a mejorar todo con buena voluntad. Cada conjunto de deseos-metas tiene sus propias oportunidades y consideraciones. Trabajaremos nuestras recomendaciones sobre la base de la matriz de importancia satisfacción (herramienta de Arellano Consultoría para crecer), bajo la cual cada cuadrante (Figura 44) distingue un tipo de estrategia distinta.

“Para el hombre que solo tiene un martillo, todo lo que encuentra comienza a parecer un clavo”

Abraham Maslow

Figura 44. Gráfico detector de oportunidades



Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

1 POTENCIAR

En el cuadrante I (aspectos de bienestar y de experiencias) debe procurarse que los deseos-metas ubicados ahí conserven sus efectos, para mantener una línea base de felicidad. Cualquier aumento de la felicidad ya es un avance. Según otro estudio de Sonja Lyubomirsky (2005), la felicidad traería más felicidad. En su investigación se encontró evidencia de que la felicidad no solo sería consecuencia de la satisfacción, sino también causa de algunos resultados exitosos. De no potenciar estos aspectos, se corre el riesgo de, en el mediano plazo, empezar a dar por hechos estos deseos-metas y que decaigan al cuadrante IV.

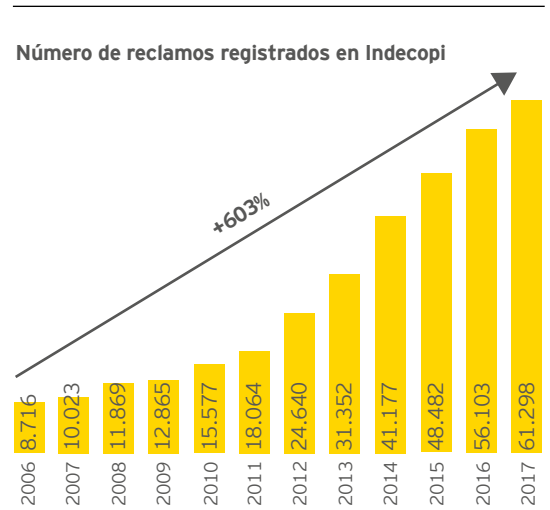
“La felicidad depende de nosotros mismos”

Aristóteles (384 a. C. - 322 a. C.)

Proponemos llevar estos deseos-metas a otro nivel, donde la autoestima personal sea reforzada con la autoestima nacional. Esta es una tarea tanto para las instituciones públicas como privadas. Un primer punto es erradicar la segregación en el trato al público y aceptar a los ciudadanos tal cual son (en aspectos raciales, de origen, de nivel educativo, de costumbres, de hábitos, de patrones de belleza, etc.) e incluir personas no-normativas en la publicidad (con un fenotipo cercano a la mayoría) y retar a los estereotipos (presentar mestizos modernos, no solo asociados a contextos informales). Estos son cambios compatibles con las acciones de comunicación de cualquier organización.

Por el contrario, persistir en la comunicación estereotipada puede traer cada vez más reclamos. Los consumidores peruanos, con el aumento del dinero en sus bolsillos, se han empoderado, y ahora reconocen más su poder y comienzan a exigir más (ver Figura 45).

Figura 45. Evolución del nivel de exigencia (Indecopi)



Fuente: Indecopi, 2006-2017

Este “pisar tierra” puede ser una fuente de innovación para desarrollar productos y contenidos más inclusivos. Por ejemplo, en el teatro, las realidades mostradas son del estilo de vida Sofisticado o Austero (este último, específicamente en el terreno rural). Sin embargo, en los últimos años, los programas televisivos más exitosos han sido aquellos que han dado cabida a los estilos de vida mayoritarios (Progresistas y Modernas).

“Ser enteramente honesto con uno mismo es un buen ejercicio”

Sigmund Freud



2 ARREGLAR

En el cuadrante II pueden mejorarse las ideas y condiciones para alcanzar logros materiales. Con “mejorar las ideas” nos referimos a evitar promover la idea de que la felicidad es únicamente alcanzable mediante cualquier consumo banal. Para elegir bien en qué consumos se debe buscar la felicidad, es importante potenciar el cuadrante I. Con una mejor autoestima, los peruanos podrán distinguir qué consumos son los que más los ayudarían al progreso (propio y de la sociedad).

“Si uno no sabe a qué puerto navega, ningún tipo de viento le es favorable”

Séneca

Y con “mejorar las condiciones” nos referimos a hacer más accesibles las posibilidades para satisfacer estos deseos-metas. Debido a que actualmente importantes temas sociales y estatales no están cubiertos, los ciudadanos han optado por “refugiarse” en la protección que la oferta privada puede brindar. Las empresas privadas también deben tomar una postura, y deben hacerlo antes de que sea tarde, pues el

mercado irá reaccionando y reconociendo cuáles son los bandos en la historia. Ya está sucediendo con los debates sobre temas de calidad de la educación superior, la alimentación saludable y el uso de bolsas plásticas. En el estudio cualitativo se mencionó que las categorías de negocios preferidas para liderar este tipo de acciones revolucionarias son:

- ▶ Supermercados
- ▶ Vestimenta y calzado
- ▶ Retail
- ▶ Comida rápida
- ▶ Alimentos
- ▶ Belleza
- ▶ Tecnología
- ▶ Bancos
- ▶ Automóviles

Existe espacio para innovar en nuevos modelos de negocios, aprovechables incluso desde los emprendimientos. Las oportunidades están en dar acceso a bienes y servicios que permitan el progreso de manera ajustada a la realidad. Por ejemplo, en rubros como cultura, viajes, educación, deporte, seguros, servicios financieros y salud, se ha innovado poco y, por ello, la penetración de mercado es todavía muy baja (menos de 40%).

3 MONITOREAR

116

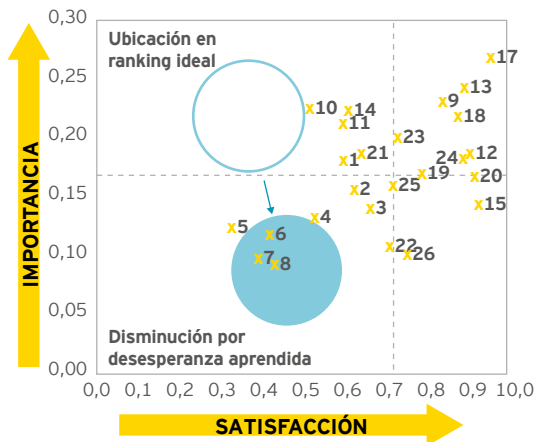
Muchos ciudadanos “han tirado la toalla” respecto al mal desempeño de las instituciones, pero este es un cabo que no se puede dejar suelto. Tay y Diener (2011), en un estudio realizado en 123 países, encontraron que el bienestar, lejos de ser un concepto individual, era un concepto social. De esta manera, para ser felices no basta con cubrir las necesidades personales, sino extenderse a la sociedad. El cuadrante III (los aspectos institucionales) deben monitorearse,

observar cuidadosamente para que no se vayan hacia la derecha y se conviertan en una fuente de infelicidad.

“La felicidad es la única cosa que se multiplica cuando es compartida”

Albert Schweitzer

Figura 46. La desesperanza aprendida hacia las instituciones



FACTOR	Nº ATRIBUTOS
BIENESTAR CON LA SOCIEDAD	<ol style="list-style-type: none"> 1. La justicia 2. Seguridad ciudadana 3. Tener un gobierno estable/ autoridades competentes

Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

Según nuestras entrevistas, las instituciones públicas se sienten distantes debido a temas de transparencia y eficacia, lo que finalmente afecta la confianza en ellas. Entre las instituciones que se consideraron importantes se mencionaron principalmente:

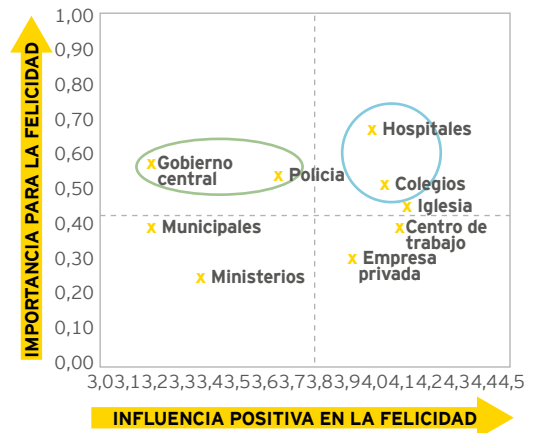
- ▶ **Las municipalidades y la policía:** se percibe que deberían ser garantes de la seguridad y la mejoría del tránsito.
- ▶ **Los distintos ministerios** (especialmente el de Educación y el de la Mujer): se les asocia como agentes para salir de la pobreza.
- ▶ **SUNAT y SUNARP** (que se podría extender a las entidades en general): los entrevistados recomiendan evitar la burocracia.
- ▶ **EsSalud:** además de percibirse como muy burocrática, la atención al paciente se considera como “poco humana”.
- ▶ **El Hospital de la Solidaridad:** es la única entidad estatal que ha tenido una evaluación relativamente positiva.

En nuestro estudio cuantitativo se mostró que los hospitales y los colegios son las instituciones que más aportan a la felicidad, mientras que el Gobierno Central y la policía son los que más la limitan. Podríamos ser mucho más felices si resolviéramos esos temas.

“Uno logra vivir en un barrio tranquilo teniendo un buen alcalde, que se preocupe por tener suficiente personal de serenazgo, poniendo cámaras de seguridad y también, asegurando tu casa para prevenir robos”

Participante

Figura 47. La importancia de las instituciones en la felicidad



Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

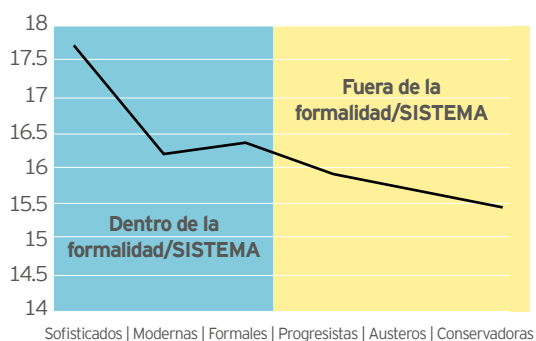
En un sistema sin suficiente institucionalidad, ¿cuáles son las reglas del juego? ¿Tendremos justicia? ¿Hay meritocracia? ¿Cuán fructíferos podemos ser? En ese contexto asimétrico existe la percepción de que se privilegia a unos más que a otros.

“La infelicidad está definida por ser la diferencia entre nuestros talentos y nuestras expectativas”

Edward de Bono

Entre los Estilos de Vida catalogados bajo el enfoque LATIR, aquellos más insertos en el sistema son más felices que aquellos a quienes el sistema les resulta incompatible. Para los Sofisticados, el trabajo (usualmente en una empresa o una *start-up*) les resulta una actividad entretenida (“hago lo que me gusta”), donde pueden trazarse retos y solucionarlos (percepción de ser eficaces), además de ser una fuente de reconocimiento. Para las Modernas y los Formalistas, el trabajo es un medio para poder mejorar su situación económica y poder tener la capacidad adquisitiva para destinarla a su familia y cuidado personal. Mientras que, para los Progresistas, el trabajo es un fin en sí mismo y es retador por naturaleza. Para ellos, el trabajo sería satisfactorio porque permite la independencia (“nadie debe darme dinero; yo me lo gano”). Sin embargo, se percibe que las instituciones estatales influyen negativamente en el desarrollo de un negocio y, por lo tanto, emprender puede ser una actividad más desgastante que gratificante.

Figura 48. La felicidad en los Estilos de Vida LATIR según su ubicación en el sistema



Fuente: Resultados del estudio Kusikuy - La felicidad de los peruanos

“Cuanto mayor es la dificultad, mayor gloria en superarla”

Epicuro (341 a. C. - 270 a. C.)

Adicionalmente se recomienda reforzar el concepto social de bienestar mediante el uso de elementos de orgullo nacional y el impulso del sentimiento de comunidad. Los jóvenes todavía se muestran esperanzados en el sector público, y deberían ser ellos los voceros del cambio y las mejoras futuras. Por último, promover acciones concretas de transparencia y apertura de la información.

4 REVALORAR

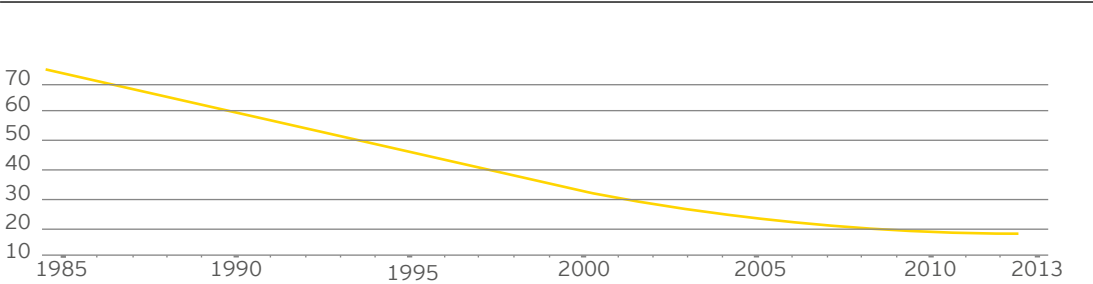
En el cuadrante IV (aspectos ya dados por hecho) puede trabajarse la revaloración para que estos aspectos generen mayor impacto en la felicidad. La estrategia recomendada es la toma de conciencia, pues la mayoría de los peruanos no son conscientes de lo que tienen porque desconocen la situación de la realidad nacional.

La desinformación aleja al presente del pasado, perdiéndose conciencia de los cambios sociales. Por ejemplo, algunos aspectos que hoy son dados por hechos (como la propiedad privada, el saneamiento o tener una esperanza de vida mayor a 60 años), en el pasado cercano eran lujos. Pocos

son conscientes de que, hasta la mitad del siglo XX, el Perú era prácticamente un país feudal.

Otro caso de pérdida de perspectiva se puede encontrar en conversaciones cotidianas, cuando se critican las fiestas del primer año o de los 5 añitos de los niños, bajo argumentos como que los niños no recordarán sus fiestas; sin embargo, no se toma en cuenta que, hasta hace tan solo un par de décadas, las tasas de mortalidad infantil eran altísimas y cumplir 1 y 5 años era un logro de vida, por superarse etapas de mayor riesgo mortal. Por eso se han mantenido vigentes ceremonias como el *rutuchiku*⁵ y el agua de *socorro*⁶.

Figura 49. Evolución de la tasa de mortalidad infantil



Fuente: INEI

“Nada es suficiente para quien lo suficiente es poco”

Epicuro (341 a. C. - 270 a. C.)

Tomar conciencia sobre el pasado puede ayudar a revalorar el presente. Recomendamos orientar esfuerzos hacia las familias, como espacio que merece fortalecerse y no olvidarse, para reforzar la conexión con las memorias de otras épocas (incluso a través del consumo grupal). Por supuesto, nos referimos al concepto general de familia, con toda su diversidad. Igualmente, desde el sector inmobiliario no solo se puede ofrecer

5 Ceremonia andina del primer corte de cabello para los niños.
6 Bautismo de emergencia cuando los niños se encuentran en peligro de muerte.

“tener una vivienda”, sino también “mejorarla”, estimulando la configuración de nuevos espacios y actividades de integración social.

Además, debe estimularse la emisión de noticias positivas para combatir la desesperanza aprendida y la resignación percibida hacia varias de las entidades estatales. Para esto, primero debe erradicarse la creencia de que las noticias “negativas” son más vendedoras, porque realmente terminan naturalizando “lo malo” en el espacio público (corrupción, violencia, estafa, etc.). Por ejemplo, Hans Rosling, médico y estadístico sueco, creador de Trendalyzer, mediante unos gráficos dinámicos mostraba que los cambios mundiales eran positivos en el tiempo. De esa manera, con datos reales, puede marcar dosis de realidad, contradiciendo los cotidianos comentarios de medios y analistas sobre lo mal que van la sociedad y la economía mundial (Arellano, 2018).

Pero no debe interpretarse de allí que a mayor consumo siempre habrá mayor felicidad, pues la evidencia muestra que, en muchos casos, el mayor consumo genera problemas. Si para todos es claro que la desnutrición de la población es mala, también sabemos que un consumo demasiado alto de alimentos genera obesidad, diabetes y otros problemas de salud. Y también es evidente que un determinado nivel de vestido permite mejorar el confort y las relaciones sociales, un exagerado uso de la moda es negativo tanto para la economía de las familias como para la sociedad y el medio ambiente. Así, como en todos los aspectos de la vida en donde mucho no es necesariamente bueno, en el del consumo se da la relación que se observa en la Figura 50, donde se plantea la existencia de un nivel de consumo que maximiza el bienestar, pero a partir del cual este bienestar empieza a disminuir.

Figura 50. Curva de la relación felicidad-consumo



Fuente: elaboración propia

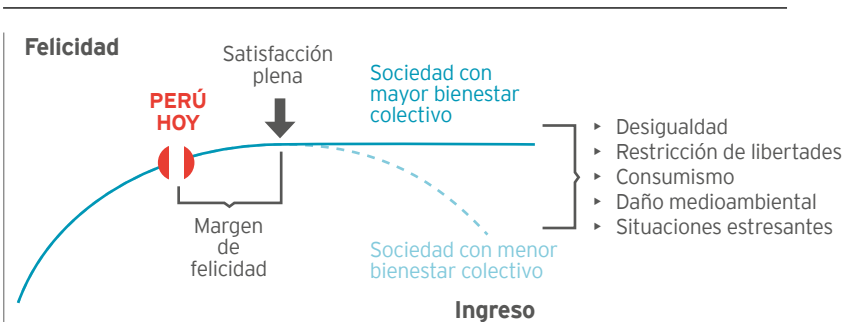
¿Necesitamos entonces más consumo en el Perú? Sí, en diversos aspectos en los que no estamos todavía a un nivel de bienestar adecuado para las familias y que a la vez genere trabajo a los ciudadanos que producen los bienes y servicios que se consumen. Más vivienda, más educación, más alimentación son, entre otros, el espejo de un mayor PBI de los países, que es una aspiración de todos. Pero si bien un mayor PBI está asociado a un mayor consumo, y en el caso de países emergentes como el Perú lo es aún más, se debe entender que la asociación entre consumo y aumento de la felicidad se dará cada vez con menor intensidad, y durante un margen de tiempo finito y variable según las diferentes categorías. Justamente en estos tiempos en que el Perú quiere ser parte de la OECD, tiene la oportunidad de mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos logrando el máximo nivel de felicidad posible, sin llegar a los excesos que se observan en otros países más desarrollados y con mayor consumo, pero no por ello más felices. Así, si el sistema no educa y responsabiliza el consumo, orientando a la población hacia una mejor calidad y cantidad de este, el consumo puede empezar a generar efectos opuestos a los deseados.

Pero aquí debe también introducirse una variable adicional de análisis: la del sentimiento de bienestar colectivo frente a la del bienestar individual. Tal como lo muestran diversos estudios, cuando el bienestar individual prima sobre el colectivo, la curva de la felicidad mostrada en la Figura 6 se distorsiona negativamente, pues el aumento mal distribuido de la riqueza (junto con las oportunidades y libertades que permite) puede agudizar las diferencias sociales, (Sommet, Morselli & Spini, 2018) y restringir el desfogue del estrés (Kahneman & Deaton, 2010). Ello también puede relacionarse con malas prácticas en materia ambiental a favor de intereses y grupos de poder, afectando la sostenibilidad del bienestar colectivo y la felicidad (Figura 51).

En otras palabras, en una situación donde la felicidad individual se antepone a la felicidad de todos, el incremento del ingreso de los países puede disminuir la felicidad en lugar de

incrementarla. Ello porque en el mayor consumo no se toma en cuenta todo lo que este puede afectar a los otros ciudadanos de manera directa o indirecta. En un Perú que ha visto que la mayoría de las familias ha crecido gracias al esfuerzo individualista, necesario en épocas de supervivencia, es importante volver a reflexionar sobre la necesidad de cambiar esa actitud. Este trabajo nos muestra entonces que, a puertas del bicentenario de la independencia, quizás el principal reto que tenemos para lograr un futuro estable es construir una idea colectiva de nación, un “kuisisuyu” (país fuente de alegría), donde las necesidades colectivas cobren su debida importancia, donde mejoren los aspectos de consumo que den bienestar a la población, pero donde el aumento de la felicidad no sea completamente delegado al consumo individual que tiende a deslumbrar y a privilegiar la satisfacción de corto plazo, sino que se priorice la felicidad colectiva.

Figura 51. Curva de la relación felicidad - ingreso - bienestar colectivo



Fuente: elaboración propia

“La curiosa paradoja es que, cuando finalmente nos aceptamos a nosotros mismos, entonces empezamos a cambiar”

Carl Rogers (1902-1987)





Re. flexio nes

FINALES

Lo que sigue son reflexiones conjuntas de los representantes de las tres instituciones participantes en el proyecto: Luis Torres Mariscal (Luis), Paulo Pantigoso Velloso da Silveira (Paulo) y Luciana De la Fuente de Diez Canseco (Luciana), ante un set de interrogantes propuesto y analizado por Rolando Arellano Cueva.

1. ¿Por qué es importante conocer cuán felices son los peruanos?, ¿no es suficiente con saber el PBI per cápita u otros datos económicos que tradicionalmente se han utilizado para saber si una población tiene bienestar?

Los datos económicos son importantes, refieren los tres, pero Luciana señala que “hay intangibles que el PBI económico no mide, como el esfuerzo, la creatividad, los sentimientos, el amor, la pasión por hacer las cosas”; lo que es reforzado por Paulo, quien dice que “el profundizar en la felicidad del peruano es buscar conocer sus necesidades, pero también sus deseos y metas, que son objetivos más importantes a los que será más fácil llegar si se tiene bienestar económico”. Luis, en el mismo sentido, afirma que el momento es importante pues “estamos pasando de un modelo de crecimiento económico a un modelo que incluye la calidad de vida y la realización individual y colectiva que requiere de otros indicadores, como sucede en otros países”.

De hecho, los tres coinciden en que conocer los niveles de felicidad de nuestra población nos permitirá identificar aquellas oportunidades de mejora a nivel colectivo como país y, también, priorizar políticas a nivel nacional que otorguen un bienestar general y que mejoren la calidad de vida de los peruanos.

2. De manera específica, ¿por qué les podría interesar a los empresarios el conocer qué hace felices a los ciudadanos?

Desde el punto de vista de las empresas, lo más importante, sostiene Paulo, es la responsabilidad de aportar al país y a su entorno social. Las empresas deben tener claro su rol en la sociedad

y alinear todos sus objetivos, o alguno de ellos, al desarrollo social; en otras palabras, conocer qué necesita su entorno y trabajar para lograr un objetivo común. Luciana profundiza en la labor de las empresas educativas en la felicidad, puesto que, siendo encargadas de la formación holística del ser humano, están entre las organizaciones que mayor nivel de felicidad aportan a los peruanos (en la medida que los forme integralmente y no solo técnicamente). Dice, como Aristóteles, que educar la mente sin educar el corazón es una educación incompleta.

En otro nivel, Luis puntualiza que el grado de felicidad permite entender la relación de las personas con el propósito central de las empresas en la satisfacción de las necesidades reales y en la solución de los problemas latentes. Así, “estamos volviendo a la preocupación de la empresa por la creación de valor para todos sus *stakeholders*, para poder seguir vigentes en el tiempo (sostenibilidad) a través de los productos y servicios que aportan al bienestar individual y colectivo”. Paulo, de manera más directa aún, añade que, al desagregar la felicidad del peruano, podremos saber a *grosso modo* qué es lo que se considera necesidades y cuáles son los deseos o satisfacciones. Eso permitirá poder prestar productos o servicios que estén alineados con lo que necesita o anhela el peruano, y también, “para que a los que desempeñamos cargos de liderazgo en las empresas nos ayude a diseñar y mejorar las experiencias de nuestros colaboradores y equipos, incluyendo aspectos adicionales al bienestar económico y aterrizados a nuestra realidad”.

3. El presente estudio muestra que los peruanos individualmente se sienten más felices de lo que creen que lo están sus compatriotas. ¿Qué nos dice eso con respecto a nuestra sociedad y qué debiéramos hacer para cambiarlo?

Luis plantea que ello puede ser síntoma de una especie de necesidad de privilegio, de la competencia de los unos con los otros, resultado de los procesos históricos (violencia y migraciones internas, entre otros) vividos hasta hace poco, que finalmente han ido desgastando los lazos colectivos. Esas crisis, manifiesta Luis, “han creado tanto diferencias como barreras sociales que nos sesgan a quizás, inconscientemente, seguir remando por el desarrollo y la felicidad individual, y no nos dejan ver que el desarrollo y la felicidad colectivos son más que la suma de las partes individuales”.

Paulo añade que ello quizás se deba al desconocimiento de todo lo bueno que tenemos como nación, pues a nivel macro “es más fácil encontrar información de todo lo que nos falta como país que de todo lo bueno que se viene logrando, distorsionando la percepción de lo que uno vive según su estilo de vida frente al conjunto”. Luciana coincide plenamente diciendo que la información que conocemos a diario sobre casos de corrupción a todo nivel lacera la consciencia colectiva de nuestra nación, sobre todo porque no hay políticas o acuerdos destinados a equilibrar la avalancha de malas noticias que vemos a diario, las *fake news* y los titulares escandalosos en los medios de comunicación y las redes sociales.

Luciana señala, entonces, que es necesaria una educación basada en valores y en el desarrollo de la capacidad crítica de las personas, la única manera de transitar con éxito en un mundo en el que la información desbordante y la sociedad del espectáculo parecen abrumarnos. Paulo igualmente se pregunta: “¿Qué pasaría si el Estado tuviera la posibilidad de tener suscriptores -gente que quisiera estar al tanto- a un boletín en el que se envíe información mensual sobre los logros obtenidos como país? Fuera de lo que puedan compartir los medios de comunicación, tal vez podría aportar algo. A estas estrategias para aumentar la felicidad en el Perú, el presente estudio las denomina de “revalorización”: lograr apreciar lo que se ha avanzado con respecto al pasado.

En cualquier caso, para los tres lo importante es que el gran reto resulta lograr que los peruanos puedan verse como parte de una sociedad cohesionada y no como partes separadas y distantes. Luciana destaca que “el ser humano es, por esencia, colectivo y no puede vivir en soledad, por lo que hay que atacar todo aquello que impide mirar al otro como parte de su felicidad, y no como algo extraño, pues las sociedades se formaron tras superar el individualismo”. Afirma que los peruanos necesitamos conocernos y conocer más nuestra realidad para integrarnos y tolerarnos entre nosotros, añadiendo que “la educación juega un papel fundamental”.

La buena noticia, dice Luis, es que, como peruanos, en lo colectivo manejamos aún los mismos valores, por lo cual tenemos que trabajar para su adaptación funcional (ponerlos en práctica). Para ello, debíamos sobre todo aprovechar a la familia y a los amigos, que son el núcleo que nos sostiene durante épocas

complicadas, para desde este primer ámbito construir un plan nacional de valores, siguiendo los ejemplos de otros países como Corea y Singapur.

4. Un aspecto que les generaría mucha felicidad a los peruanos son las instituciones, pero se las califica muy bajo. ¿A qué instituciones habría que darles prioridad para mejorarlas?

Paulo señala que, en los 10 países más felices del mundo, los tres pilares más importantes son institucionalidad, salud y educación. Esto puede darnos a entender que la salud y la educación son básicas, aunque no suficientes, para que una persona pueda alcanzar sus metas o deseos, dice. Por ello, en un país como el nuestro, donde no todos tienen acceso a buena educación, pocos van a lograr sus metas y, por ende, pocos podrán ser felices de manera integral. “Analiqué también a Bután, uno de los países que viene trabajando con el índice FNB (Felicidad Nacional Bruta) y que pasó del puesto 109 al 82, dentro del Ranking de Competitividad Global del World Economic Forum (WEF 2017-2018). Uno de los mejores pilares fue la institucionalidad, en la que mejoró 12 puestos, posicionándose en la ubicación 32 del ranking (Perú se encuentra en el puesto 116). Mi respuesta es, entonces, apostar por la educación, la salud y la institucionalidad, y para el Perú sumaría un par más: la seguridad y el transporte/infraestructura.

Las personas no creen en las instituciones tutelares, como el Congreso, el Gobierno, la Policía, entre otras, a pesar de que son las que mayor seguridad debieran darles y, por lo tanto, apoyarlas en alcanzar la felicidad. El problema que subyace en esta visión apocalíptica de las instituciones es la corrupción, afirma Luciana.

Luis es específico al manifestar que, “si bien la falta de institucionalidad es un gran pasivo que venimos arrastrando, y que incluye a todo el sistema, un buen punto de partida para empezar a trabajar es la confianza en que se puede obtener justicia”. También es optimista, viendo lo positivo en el problema. Dada la coyuntura y los “destapes” de los últimos años, “el efecto esperanzador es que el solo hecho que hoy sea motivo de vergüenza, y podamos enterarnos y someter a crítica social eventos cuestionables, nos pone en la situación de poder activar elementos centrales en el cambio de comportamientos colectivos”. A través de la vergüenza podemos encontrarle valor intrínseco a hacer las cosas bien, porque nos beneficia a todos, como se observa en campañas del tipo “piensa, hermano/peruano, con corazón”.

5. El presente estudio muestra que hoy los peruanos encuentran felicidad en su hogar, en sus bienes y en el reconocimiento social, entre otros aspectos (pero no en sus instituciones). ¿Qué deberíamos hacer como sociedad frente a esta situación?, ¿es malo que se encuentre felicidad en el consumo?

En principio, no es malo que se encuentre felicidad en el consumo, dicen unánimemente Luis, Paulo y Luciana: “El problema sería hallar la felicidad solo en el consumo”. Sin embargo, los tres señalan que la “felicidad” que puede dar una compra es pasajera y no es comparable con la satisfacción que te pueden dar las metas conseguidas o los logros en conjunto (llámese familia, país, entre otros). Luciana es enfática citando la frase del artista norteamericano Denzel Washington: “Nunca verás un carro de mudanza detrás de un coche fúnebre. Lo que sea que tengas en la vida, no puedes llevártelo contigo...”.

Pero lo importante de este hallazgo no es que a las personas solamente les interese obtener felicidad en el consumo, sino que este es uno de los pocos lugares donde hoy lo encuentran. Ellos desean –y lo expresan claramente– encontrar felicidad en la seguridad pública, en la buena calidad de la justicia y en la confianza en sus autoridades, pero, al no existir estas, es imposible que les otorguen felicidad. Así, Luis explica que, teniendo en cuenta que la sociedad peruana viene de periodos de escasez prolongada que la afectaron en su conjunto, podríamos percibir el hecho de que los peruanos encontremos felicidad en el consumo como un proceso de adaptación al bienestar. Un proceso en el que tener la libertad de consumir desde los distintos espacios y realidades es la afirmación de que estamos mejor que antes.

¿Significa ello que a los peruanos les importa consumir más que tener instituciones adecuadas? No, por el contrario, lo que el estudio encuentra es que, si los peruanos tuvieran instituciones que funcionen, su nivel de felicidad sería mucho mayor. El que vive en el desierto encuentra su felicidad en sus bellos paisajes de arena, y no en el agua, porque no la tiene. Pero eso no significa que el agua no le importe, aporta Rolando Arellano. No es entonces, sostiene Luis, que el materialismo y el consumismo *per se* estén en auge en Perú, sino que en realidad estos aportan parcialmente un bienestar que las instituciones no dan.

Además, como lo indica el estudio, afirma Paulo, es posible orientar a las personas hacia un mejor consumo y, además, utilizar las estrategias comerciales para incrementar la práctica de los valores colectivos o reforzar nuestra autoestima como sociedad. Asimismo, hay felicidad en transitar por una ciudad segura, con un

transporte adecuado a la necesidad de la gente, entendiendo siempre que los bienes materiales nos sirven a nosotros y no nosotros a ellos, añade Luciana.

6. Contra lo que se ve en países más desarrollados, aquí no parece haber mucha relación entre la protección del medio ambiente y la felicidad. ¿Será que los peruanos somos menos sensibles a esos aspectos?, ¿qué podemos hacer para cambiarlo?

Luis enfatiza en que muchos de nuestros compatriotas están en un nivel de desarrollo en donde la felicidad podría definirse como la consecuencia del desarrollo, entendido como salir adelante desde lo que nos tocó vivir, por lo que se busca suplir primero las necesidades más básicas, dejando más relegado el cuidado del medio ambiente. Más que una falta de sensibilidad, la relación de la felicidad con el cuidado del medio ambiente pierde protagonismo cuando compite con otros factores considerados más primordiales. Ello podría darse por dos razones: una concepción que existen otros aspectos más importantes (salir de la pobreza, nutrir a la familia, etc.) y, también, porque no se llega a entender o evidenciar la relación directa entre el medio ambiente y la felicidad individual.

Paulo añade que debemos recordar que los países del primer mundo cubrieron, en gran parte, sus necesidades básicas, como salud y educación de primer nivel. Sus ciudadanos han sido más instruidos sobre la importancia de proteger el medio ambiente y hasta sobre desarrollar negocios sostenibles en relación con ello.

Luciana puntualiza que eso no está en nuestra esencia, pues no siempre hemos tenido una mala relación con el medio ambiente. “Los antiguos peruanos han demostrado que convivían con él sin afectar el mundo que los rodeaba y, por ello, debemos recuperar su conocimiento ancestral; por ejemplo, el equilibrio medioambiental que tenían en el manejo del agua, la agricultura y, en general, en el uso de los recursos naturales”, menciona. Por otro lado, no olvidemos, nos dice, que hoy son los países desarrollados los que más impactan negativamente contra el medio ambiente.

Y aquí nuevamente todos coinciden en la necesidad de implementar políticas de protección que vayan tanto por el tema legal como por el educativo y el cultural, porque el planeta en el que vivimos se encuentra en grave riesgo. “Deberíamos asumir, como política nacional, que la felicidad es también calidad de vida, y calidad de vida es vivir en un planeta sano, con un mejor futuro para nosotros y nuestros hijos”, sentencia Luciana. Paulo afirma que se debe educar a la gente al respecto, desde el tema de “tirar un papel en la calle” hasta la tala o minería ilegal, pues todo suma. Luis concuerda diciendo que parte de los retos del desarrollo sostenible es, justamente el de cambiar el enfoque de nuestras vidas y ver todo el sistema del que dependemos, con una perspectiva de más largo plazo.

7. ¿Qué gran mensaje debería dejar este libro a la comunidad peruana?

Este libro, dice Luis, debería ser el punto de partida para empezar a entendernos y reconocernos como peruanos, nuestros anhelos y visiones de felicidad y desarrollo. Necesitamos darnos cuenta de que, para estar mejor individualmente, primero tenemos que estar todos mejor como comunidad, porque somos parte de algo más grande que nosotros mismos, y así empezar a construir o reenfocar los esfuerzos para lograr el país en el que todos y todas queremos vivir.

Debería dejar en claro que la felicidad de un país no recae en su gobierno, sino en toda su gente, agrega Paulo. Los gobiernos pueden ser facilitadores, pero también está en uno mismo ponerse metas, y sobre ellas dependerá el nivel de satisfacción o felicidad conseguido tras el trabajo realizado. En el fondo debería quedar claro que, si la institucionalidad genera tanto valor en la felicidad, es porque ella trae consigo un tema de transparencia, de justicia, que recae en una palabra tan rica como la meritocracia. Que la felicidad llega con la satisfacción de lograr las cosas por el esfuerzo propio, sobre una base de igualdad de oportunidades.

Debería hacer ver que el deber de cada ser humano es contribuir a cuidar el planeta y mantenerlo en equilibrio, indica Luciana. Que tenemos como tarea impostergable el construir una sociedad más justa, más equitativa y más inclusiva; con educación de calidad y oportunidades para todos. Como dijo el ex secretario general de las Naciones Unidas, Ban Ki-moon: "Solo tenemos un planeta Tierra. De manera que no hay un 'Plan B' porque no tenemos un Planeta B".

8. Finalmente, una pregunta más personal: ¿Cuál sería su descripción de un Perú feliz?

Paulo Pantigoso Velloso da Silveira: Un Perú feliz sería un país en el que todas las personas tienen igualdad de oportunidades (al menos lo básico, como la educación de primer nivel y salud) y pueden ser capaces de plantearse todo tipo de metas, siempre comenzando desde un punto en común, en el que los destacados lo hagan por su propio esfuerzo (meritocracia), donde "corrupción" y "favores" sean palabras pasadas.

Luciana De la Fuente de Diez Canseco: Un Perú en el que todos los peruanos tengamos acceso a una educación de calidad, a una salud plena, a un desarrollo físico, espiritual y material que haga de los peruanos mejores personas; sueño con un Perú como una ancha avenida donde transitemos todos con la frente en alto. Un país orgulloso de su pasado, despensa y botica del mundo, y seguro de su futuro. Un Perú proyectado al mundo, libre de corrupción.

Luis Torres Mariscal: Un Perú feliz es un país con igualdad de oportunidades para todos y en el que todos - sin excepción - pueden realizar su potencial y lograr sus metas. Un país sin pobreza, corrupción ni violencia. Un Perú feliz es un país que inspira respeto, confianza y esperanza.

Referencias

- Abdallah, S., Thompson, S., Michaelson, J., Marks, N., Steuer, N. et al. (2016). «*The Happy Planet Index 2.0*».
- Ahuvia, A. C. (2002). Individualism/collectivism and cultures of happiness: A theoretical conjecture on the relationship between consumption, culture and subjective well-being at the national level. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 23-36.
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una escala factorial para medir la felicidad. *Interamerican Journal of Psychology*, 40(1), 95-102.
- APEIM (2018). Niveles Socioeconómicos 2018. Recuperado de: <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2018.pdf>
- Ardila, R. (2003). Calidad de vida: una definición integradora. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 35(2), 161-164.
- Arellano, R. & Abugattas, D. B. (2004). Ciudad de los Reyes, de los Chávez, los Quispe... Lima: EPENSA.
- Arellano, R. (2005). ESTILOS DE VIDA EN EL PERÚ: *Cómo somos y pensamos los peruanos del siglo XXI*. Lima: Arellano Investigación de Marketing S.A.
- Arellano, R. (2009). *Al medio hay sitio: El crecimiento social según los estilos de vida*. Arellano Marketing. Lima: Planeta.
- Arellano, R. (2010). Valores e ideología: el comportamiento político y económico de las nuevas clases medias en América Latina. En: *Clases medias y desarrollo en América Latina*. Santiago: CEPAL; Fundación CIDOB, 2010. LC/L. 3240. p. 201-236.
- Arellano, R. (2017). *Mucho más que tener: LATIR, Los Estilos de Vida Latinoamericanos según Actitudes, Tendencias, Intereses y Recursos*. Lima: Planeta.
- Arellano, R. (2018). Cifras para ver mejor. El Comercio. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/opinion/columnistas/cifras-ver-mejor-rolando-arellano-noticia-536442>
- Arellano Marketing (2012). *Percepciones sobre los niveles socioeconómicos en el Perú*.
- Arellano Marketing (2013). *Estudio Nacional del Consumidor Peruano*. Recuperado de: <https://www.arellano.pe/projects/estudio-nacional-del-consumidor-peruano/>
- Arellano Marketing (2015). *Valores individuales y sociales de los peruanos*. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-los-peruanos-se-consideran-perseverantes-optimistas-y-creativos-554742.aspx>
- Avilés (2018). Si un indígena va a la universidad, ¿deja de ser indígena? Choloblog. Recuperado de: <https://marcoaviles.com/2018/09/05/si-un-indigena-va-a-la-universidad-deja-de-ser-indigena/>
- Banco Interamericano de Desarrollo (2015) ¿Tienen las mujeres la clave de la felicidad? Recuperado de: <https://blogs.iadb.org/igualdad/es/tienen-las-mujeres-la-clave-de-la-felicidad/>
- Banco Mundial (2017) GINI index - World Bank estimate. Recuperado de: <https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI>
- Bentham, J. (1781). *An introduction to the principles of morals and legislation* (pp. 310-11). Kitchener, Ontario: Batoche.
- Brickman, P. & Campbell, D. T. (1971). Hedonic relativism and planning the good society. En M. H. Apley (Ed.), *Adaptation-level theory: A symposium* (pp. 287-302). Nueva York: Academic Press.
- Camus, A. & Le mythe de Sisyphe, P. (1942). Gallimard, coll. Idées.
- Csikszentmihalyi, M. & Hunter, J. (2003). Happiness in everyday life: The uses of experience sampling. *Journal of happiness studies*, 4(2), 185-199.

- Davies, W. (2015). *The happiness industry: How the government and big business sold us well-being*. Verso Books.
- Deci, E. L. & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian psychology/Psychologie canadienne*, 49(3), 182.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75.
- Dunn, E. W., Aknin, L. B., & Norton, M. I. (2008). Spending money on others promotes happiness. *Science*, 319(5870), 1687-1688.
- Easterlin, R. A. (1974). Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence. In *Nations and households in economic growth* (pp. 89-125).
- Fondo Monetario Internacional (2018) The World Economic Outlook. Recuperado de: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/02/weodata/index.aspx>
- Galarza, F. & Yamada, G. (2012). *Discriminación laboral en Lima: el rol de la belleza, la raza y el sexo* (No. 12-09). Departamento de Economía, Universidad del Pacífico.
- Gallup International (2017). *Happiness, hope, economic optimism*. Recuperado de: <http://www.gallup-international.com/surveys/happiness-hope-economic-optimism/>
- Gilbert, P., McEwan, K., Mitra, R., Franks, L., Richter, A., & Rockliff, H. (2008). Feeling safe and content: A specific affect regulation system? Relationship to depression, anxiety, stress, and self-criticism. *The Journal of Positive Psychology*, 3(3), 182-191.
- Graham, C., & Felton, A. (2006). Inequality and happiness: insights from Latin America. *The Journal of Economic Inequality*, 4(1), 107-122.
- Graham, C. & Hoover, M. (2007). Optimism and poverty in Africa: Adaptation or a means to survival. *Afrobarometer Working Paper No. 76*.
- Haslam, N., Whelan, J., & Bastian, B. (2009). Big Five traits mediate associations between values and subjective well-being. *Personality and Individual Differences*, 46(1), 40-42.
- Helliwell, J., Layard, R., & Sachs, J. (2018). *World Happiness Report 2018*, New York: Sustainable Development Solutions Network.
- Hevia, J. (2008). *Habla, jugador: gajes y oficios de la jerga peruana*. Taurus.
- Hofstede, G. (1984). Cultural dimensions in management and planning. *Asia Pacific journal of management*, 1(2), 81-99.
- Indecopi, 2006-2017
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2018). Evolución de la pobreza monetaria 2007-2017: Informe técnico. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_%20digitales/Est/Lib1533/index.html
- Inglehart, R., Foa, R., Peterson, C., & Welzel, C. (2008). Development, freedom, and rising happiness: A global perspective (1981-2007). *Perspectives on psychological science*, 3(4), 264-285.
- International Telecommunication Union (2001). *World telecommunication indicators*. International Telecommunication Union.

- Kahneman, D., Diener, E., & Schwarz, N. (Eds.). (1999). Well-being: *Foundations of hedonic psychology*. Russell Sage Foundation.
- Kahneman, D. & Krueger, A. B. (2006). Developments in the measurement of subjective well-being. *Journal of Economic perspectives*, 20(1), 3-24.
- Kahneman, D., & Deaton, A. (2010). High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *Proceedings of the national academy of sciences*, 107(38), 16489-16493.
- Kant, I. (2011). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. México: Porrúa.
- Kasser, T. & Ahuvia, A. (2002). Materialistic values and wellbeing in business students. *European Journal of Social Psychology*, 32(1), 137-146.
- Kasser, T. & Ryan, R. M. (1993) A dark side of the American Dream: Correlates of Financial Success as a Central Life Aspiration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(2), 401-422.
- Kasser, T. & Sheldon, K. M. (2002). What makes for a merry Christmas? *Journal of Happiness Studies*, 3(4), 313-329.
- Klein, N. (2009). *No logo*. Vintage Books Canada.
- Kohlberg, L. & Hersh, R. H. (1977). Moral development: A review of the theory. *Theory into practice*, 16(2), 53-59.
- Kováč, L. (2000). Fundamental principles of cognitive biology. *Evolution and cognition*, 6(1), 51-69.
- Lyubomirsky, S., Sheldon, K. M., & Schkade, D. (2005). Pursuing happiness: the architecture of sustainable change. *Review of general psychology*, 9(2), 111.
- Maslow, A. H. (1954). *Personality and motivation*. Harlow, England: Longman.
- Moyano Díaz, E. & Ramos Alvarado, N. (2007). Bienestar subjetivo: midiendo satisfacción vital, felicidad y salud en población chilena de la Región Maule. *Universum (Talca)*, 22(2), 177-193.
- Nawijn, J., Marchand, M. A., Veenhoven, R., & Vingerhoets, A. J. (2010). Vacationers happier, but most not happier after a holiday. *Applied Research in Quality of Life*, 5(1), 35-47.
- Ortiz-Ospina & Roser (2017). Happiness and Life Satisfaction. One World in Data. Recuperado de: <https://ourworldindata.org/happiness-and-life-satisfaction>
- Otazzi, A. (2009). *Estilos de amor, satisfacción y compromiso en relaciones de pareja estables* (Tesis de Licenciatura). PUCP, Lima.
- Pew Research Center - Global Attitudes & Trends (2014). "People in Emerging Markets Catch Up to Advanced Economies in Life Satisfaction".
- Parker, D. S. (1992). White-collar Lima, 1910-1929: commercial employees and the rise of the Peruvian middle class. *The Hispanic American Historical Review*, 72(1), 47-72.
- Rivera, J., Arellano, R., & Molero, V. (2009). Conducta del consumidor. *Estrategias y políticas aplicadas al marketing* (2da ed.). Madrid. Editorial ESIC.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68.

- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2008). A self-determination theory approach to psychotherapy: The motivational basis for effective change. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 49(3), 186.
- Rosling, H. (2006). *The best stats you've ever seen*. TED. Recuperado de: https://www.ted.com/talks/hans_rosling_shows_the_best_stats_you_ve_ever_seen?language=en
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25, pp. 1-65). Academic Press.
- Seligman, M. E. & Csikszentmihalyi, M. (2000). *Positive psychology: An introduction* (Vol. 55, No. 1, p. 5). American Psychological Association.
- Sommet, N., Morselli, D., & Spini, D. (2018). Income Inequality Affects the Psychological Health of Only the People Facing Scarcity. *Psychological science*, 0956797618798620.
- Sosa, M. (2018a). *Se acerca navidad, ¿insistimos con la felicidad?* Conexión ESAN. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2018/11/23/se-acerca-navidad-insistimos-con-la-felicidad/>
- Sosa, M. (2018b). *Con dinero y sin dinero, ¿el consumidor sigue siendo el rey?* Conexión ESAN. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2018/11/23/con-dinero-y-sin-dinero-el-consumidor-sigue-siendo-el-rey/>
- Sosa, M. (2018c). *4 cosmovisiones en Perú*. Recuperado de: <https://medium.com/@ManuelSosa>
- Sosa, M. (2018d). *El innovativeness en las clases medias limeñas* (Tesis de Licenciatura). UNMSM, Lima.
- Tay, L. & Diener, E. (2011). Needs and subjective well-being around the world. *Journal of personality and social psychology*, 101(2), 354.
- United Nations (2018) World Happiness Report. Recuperado de: worldhappiness.report/ed/2018
- Veenhoven, R. (2000). The four qualities of life. *Journal of happiness studies*, 1(1), 1-39.
- Veenhoven, R., Ehrhardt, J., Ho, M. S. D., & de Vries, A. (1993). Happiness in nations: *Subjective appreciation of life in 56 nations 1946-1992*. Erasmus University Rotterdam.
- Webb, R. C. (1999). *Una economía muy peruana: ensayos sobre economía y sociedad*. Ediciones del Congreso de la República.
- Yamamoto, J. & Feijoo, A. R. (2007). Componentes émicos del bienestar. Hacia un modelo alternativo de desarrollo. *Revista de Psicología*, 25(2), 197-231.
- Yamamoto, J., Feijoo, A. R., & Lazarte, A. (2008). Subjective Wellbeing: An alternative approach. In J. Copestake (Ed.), *Wellbeing and Development in Peru. Local and Universal Views Confronted*. (pp. 61-101). New York: Palgrave McMillian.
- Yamamoto, J. (2015). *Un modelo de bienestar subjetivo para Lima Metropolitana* (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica del Perú, Escuela de Posgrado. Mención: Doctor en Psicología).
- Yamamoto, J. (2018). Día Internacional de la Felicidad: ¿Cómo construyen su felicidad los peruanos? Entrevista en *Diario Perú21*. Recuperado de: <https://peru21.pe/peru/dia-internacional-felicidad-construyen-felicidad-peruanos-entrevista-400250>

Agradecimientos

Luis Torres Mariscal
Paulo Pantigoso Velloso da Silveira
Rolando Arellano Cueva
Luciana De la Fuente de Diez Canseco
Miaohong Huang Li

Alicia Berio Remy
Rafael Felices Taboada
Galia García-Hjarles Villanueva
Miya Mishima Suzuki
Antonella Moyano Castillo
Karla Ramírez Orellana
Yemsi Rodríguez Carranza
José Valdizán Ayala



EYPeru Library

Descargue nuestras
publicaciones en:
ey.com/PE/EYPeruLibrary


 /EYPeru

 @EYPeru

 /company/ernstandyoung

 @ey_peru

 /EYPeru


 perspectivasperu.ey.com

 ey.com/pe



FONDO EDITORIAL


fondoeditorial.usil.edu.pe

 USIL | Universidad San Ignacio de Loyola

 @USIL

 Universidad San Ignacio de Loyola

 @usil

 USIL | Universidad San Ignacio de Loyola

 usil.edu.pe

La felicidad de
los peruanos

**Kusi
kuy**

