

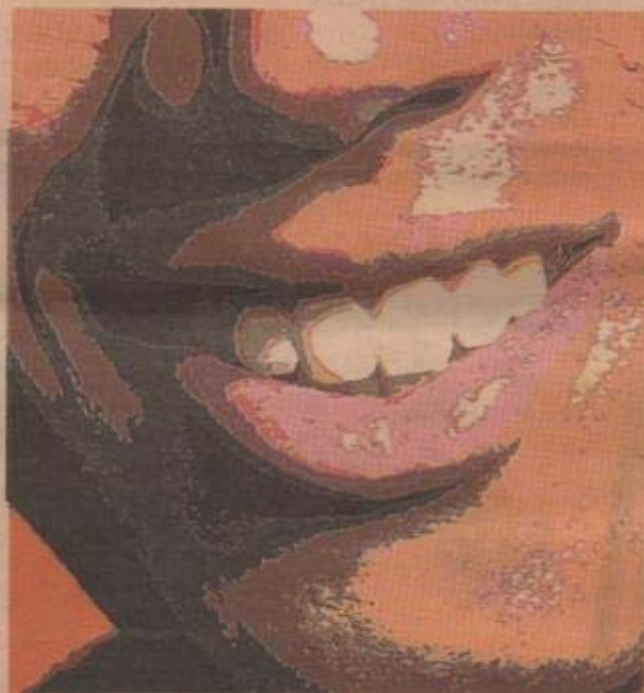
Economía de la felicidad



Javier Portocarrero Maisch (*)

Los economistas pensamos siempre que el ingreso per cápita es el indicador de bienestar. Sin embargo, la comunicación con nuestras familias, la simpatía de nuestros amigos, la seguridad en nuestros barrios, la limpieza del aire y la belleza de nuestros paisajes son algunos de los muchos aspectos de la felicidad que no son capturados por el ingreso per cápita. Además, como nos hace recordar el último Informe Anual del BID, dedicado al tema de la calidad de vida, esta es una noción subjetiva. Depende de las percepciones de los individuos.

El informe analiza una encuesta de opinión a 40 mil personas en 24 países, y constata que a mayor ingreso más satisfacción con la vida, pero con matices interesantes. Costa Rica y



Panamá muestran una satisfacción alta para su nivel de ingresos, mientras que en Chile sucede lo contrario. En países con crecimiento acelerado, como el Perú, se da la paradoja del crecimiento infeliz, es decir, un incremento de la insatisfacción a pesar del auge, quizás por expectativas desbordadas. Las percepciones sobre el ingreso, la salud y la educación no siempre coinciden con la realidad: en Guatemala y Venezuela hay un

sesgo optimista, mientras en Argentina, Chile y Perú la población subestima los logros alcanzados.

Otro aspecto interesante levantado en el informe es el fenómeno de la autocomplacencia. En situaciones de atraso, la gente suele ser más conformista y no valora tanto la calidad de la educación, la salud o el empleo. En contraste, los ciudadanos en países de mayor desarrollo relativo son más exigentes. Por ejemplo, dos tercios de los

uruguayos se quejan de inseguridad ciudadana frente a menos del 40% en El Salvador, a pesar de que la tasa de homicidios es diez veces más alta en este último.

El tema del conformismo no está exento de debate. Por ejemplo, ¿hasta qué punto debemos presionar a nuestros hijos para que estudien y logren un mayor rendimiento académico? La altura de la valla depende de nuestra visión del mundo. Para las culturas más tradicionales, hay que dar gracias por lo que se tiene. Para la ética protestante el trabajo bien hecho y la superación son imperativos morales. Los emprendedores ven el cambio como el fundamento del progreso. En los años sesenta, los hippies rechazaban la violencia, la codicia y el estrés, proclamando una cultura de amor y espiritualidad.

Esta discusión es más relevante para las clases medias y altas. En las de ingresos bajos, la satisfacción de las necesidades básicas es una condición necesaria para una buena calidad de vida. En estos contextos, el dinero no hará la felicidad, pero ayuda bastante.

(*): Economista de CIES - opinión personal.

Director
Julio Lira Segura

Editor General
Oscar González Estrada

Gerente Central de
Comercialización
Petro José de Zavala de Romaña

Gerente General de
Prensa Popular
Ernesto Cortés Rojas

GESTIÓN

Dirección: Jr. Miró Quesada N° 247, piso 8, Lima 1
Telfs. Redacción: 311-6370
Telfs. Publicidad: 311-6529 - 311-6500
anexo 3631 - 3735. Celular 994637646
Fax Redacción: 311-6369 Fax Publicidad: 311-6302
e-mail: gestion@diariogestion.com.pe (Redacción)
jherandez@comercio.com.pe (Publicidad)

Suscripciones

Central de Servicio al Cliente: 311-5100
Horario: De lunes a viernes de 7.00 a.m. a 7.00 p.m.;
sábados, domingos y feriados de 7.00 a.m. a 4.00 p.m.
e-mail: suscriptores@diariogestion.com.pe / Fax: 311-6314

Los artículos firmados son de exclusiva responsabilidad de sus autores. Editado por Prensa Popular S.A.C. Jr. Miró Quesada N° 247, 7° piso, Lima 1. Impreso en los talleres gráficos de Empresa Editora El Comercio S.A. Jr. Paracas 530, Pueblo Libre. Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial. Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2007-02687