

BIENESTAR RH

FELICIDAD

El concepto que está moviendo cada vez a más empresas en todo el mundo

Por: AMEDIRH

Hace un par de años nadie hubiera creído que valdría la pena destinar recursos intelectuales y organizacionales a la felicidad de los colaboradores en las organizaciones. Sin embargo, estamos arribando a un momento en el que surgen a la luz pública los resultados de las investigaciones acerca de este concepto, cómo lo viven los trabajadores y el impacto en la rentabilidad y la productividad de las empresas.

Hechos... No palabras

Shawn Achor, el investigador más influyente en el tema de la felicidad y su valor en la vida de las personas, incluida la esfera laboral, ha señalado que quienes se perciben más felices son 31% más productivos, 37% mejores cerradores de ventas y 300% más creativos e innovadores. Hubo un cambio de paradigma, explica José Antonio Torres Presidente Ejecutivo de The Edge Group en entrevista con **Creando ValoRH**.

“Antes nos entrenábamos únicamente para observar los problemas. Lo que hace la psicología positiva es introducir un paradigma que rompe esta estructura”, asegura. “Primero, nos lleva a reconocer que más allá de cualquier objetivo, las personas estamos buscando la felicidad. Segundo, la felicidad no depende de las condiciones externas sino de cómo procesamos la realidad. Esto cambia radicalmente la dinámica del desarrollo organizacional”.

De acuerdo con los estudios realizados en *Harvard University* por Shawn Achor (creador del curso más popular en *Harvard* y que trata sobre felicidad y psicología positiva), es errónea la ecuación en donde se busca ser feliz después de alcanzar el éxito. Antes bien, precisa, porque se es feliz se pueden lograr cada vez mejores metas.

“¿Cómo diferenciar al concepto de felicidad en la empresa del puro hecho de hacer dinámicas de abrazos en los pasillos? Por principio, a través de la conformación de un marco teórico. De hecho, en *Harvard University* se ha profundizado en las variables clave que explican que las personas se perciban más felices”, explica José Antonio Torres.

De acuerdo con el *Happy Planet Index 2012*, México ocupó la posición número 21 de 151 naciones. El índice mide el desarrollo de los países de acuerdo con la expectativa de vida de su población, la percepción subjetiva de la felicidad y la huella ecológica como complementos para el Producto Interno Bruto y el Índice de Desarrollo Humano; de este modo, se incluyen la sustentabilidad, solvencia económica y situación socioeconómica.

Los cinco caminos para el bienestar

Nic Marks, investigador inglés y creador de la encuesta de clima y bienestar en la empresa conocida como *Happiness Works* (<https://app.happinesstworksurvey.com/>), definió cinco caminos para alcanzar este estado de equilibrio.

1. **Mantenerse activo:** Hacer deporte o simplemente dejar de permanecer sedentario cambia la percepción acerca de tu felicidad.
2. **Aprender a dar:** Conectar a la gente con un programa social que tenga un propósito con el que se incremente el valor de la cultura de la colaboración.
3. **Mantenerse atento:** Desarrolla acciones en la empresa para que la gente se reentrene y sea capaz de ver las cosas positivas del mundo además de las que requieren arreglo.
4. **Mantenerse aprendiendo:** Haz que tus colaboradores salgan de su zona de confort para que aprenda a retarse a sí misma.
5. **Conectarse emocionalmente:** La especie humana encuentra mayor grado de bienestar vinculándose afectivamente con la gente, con mejores resultados por encima de la relación con las pertenencias.

La recomendación de José Antonio Torres consiste en traducir estos caminos en programas de desarrollo de talento pues no requieren inversiones grandes y producen resultados por encima de las expectativas.

“Cuando conversamos acerca de la felicidad como un tema para las empresas, en realidad se trata de identificar en qué grado los colaboradores se perciben como personas felices. Esa es la lógica de medición de este aspecto humano. No se trata de dibujar caritas felices, sino de producir cambios reales en lo personal y cultural a largo plazo”, concluye el Presidente Ejecutivo de The Edge Group.