

“FELICIDAD Y LOGROS EMPRESARIALES”



INGRID XIMENA ALAYON VILLARREAL

0103718

NORMA CONSTANZA DIAZ ORTEGA

Asesora

**FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA (FAEDIS)
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
DIPLOMADO EN ALTA GERENCIA**

BOGOTA

2015

INTRODUCCION

Existen empresas que a pesar de las crisis que se presentan a nivel mundial, se mantienen y logran excelentes resultados e incluso se reportan como las mejores Organizaciones del mundo; y existen otras, en mayor proporción que deben realizar grandes esfuerzos para permanecer vigentes; por ejemplo, pese a que en los últimos años Colombia ha tenido un crecimiento sostenido en su PIB superior al 3% anual, y que según cifras de la Confederación de Cámaras de Comercio, cada año en el país se crean cerca de 194.000 empresas, la probabilidad de que estas organizaciones sobrevivan en un mercado competitivo, es poca. Estudios de la Cámara de Comercio de Bogotá, atribuyen este fenómeno a eficiencias administrativas, a la ausencia de buenas facultades de gobierno y la falta de enfoque en la toma de decisiones de los Gerentes. Al efectuar una revisión, sobre el común denominador de las empresas exitosas a nivel mundial, se logra identificar que éstas, en su modelo de gestión, contemplan la felicidad de sus colaboradores como tema fundamental y de acuerdo con encuestas realizadas a directivos, se encontró que el 87% de los encuestados, considera que la felicidad en el trabajo constituye una estrategia adecuada para mejorar la competitividad de las Empresas; es aquí donde surge el interrogante: ¿En qué aspectos la felicidad de los empleados influye en el logro de las metas y objetivos estratégicos de las Organizaciones?, para tratar de dar respuesta, en el presente trabajo, se hace una revisión a diferentes documentos que abordan el tema, pretendiendo como primera instancia, definir el concepto de felicidad laboral, citando diferentes investigaciones o autores; acto seguido se hace una presentación de datos encontrados en diferentes investigaciones y se mencionan los casos de éxito de algunas empresas que han implementado el modelo de la felicidad en el trabajo, como una estrategia en su planeación

organizacional; como tercer punto de la revisión, se presentan los efectos esperados a nivel organizacional, cuando se establece un programa de felicidad en las Empresas y se finaliza el documento a manera de conclusión, con apreciaciones personales sobre el tema investigado.

FELICIDAD Y LOGROS EMPRESARIALES

La felicidad en el entorno laboral, es un tema que se viene tratando en congresos, ponencias y en diversos artículos dirigido a las organizaciones. Al revisar, en que consiste, se puede establecer que “la felicidad” no es una idea nueva; ya que los filósofos Platón y Aristóteles se preguntaban que es felicidad. Aunque en el terreno laboral el término felicidad no ha sido claramente definido; en los últimos años, cobró vigencia y ha sido abordado en estudios psicológicos, donde se ha querido establecer de qué forma los seres humanos buscan la felicidad; es así, que dependiendo el enfoque que se le dé, así mismo es su definición.

Los investigadores Mihaly Csikszentmihalyi, de la Universidad de Clermont y Martin Seligman de la Universidad de Pensilvania han tenido los enfoques hedonistas o eudaimónica; donde la visión hedonista se basa en los estados emocionales subjetivos como son: el placer, la satisfacción o la felicidad y la eudaimónica se centra en los talentos y el potencial de las personas. (Rodriguez Muñoz & Sanz Vergel, 2011).

De esta manera, la búsqueda de potencial y desarrollo de habilidades personales pueden dar un sentido a la vida. Siguiendo el artículo de (Kashdan, 2009), y su grupo de investigación que los enfoques expuestos deben complementarse; ambos enfoques, operan de manera conjunta: se trata de tener un afecto positivo, sentir que existen posibilidades de desarrollo personal y pensar que la actividad tiene un propósito. Asimismo, (BEN, 2013) experto en psicología positiva y liderazgo, estuvo como conferencista en Exponegocios

2013 y habló sobre cómo lograr la felicidad en las empresas y definió la felicidad dentro de las Empresas, de la siguiente manera:

La felicidad es el sentimiento que tiene en cuenta nuestra completa y única naturaleza, una persona feliz disfruta de las emociones positivas, mientras que perciba la vida como un propósito. La definición se refiere a un conjunto generalizado de las propias experiencias: una persona puede soportar el dolor emocional a veces y aun así ser feliz en general. Para llevar una vida feliz, tenemos que experimentar en la medida de lo posible, la combinación del significado y del placer. Por ejemplo, si encuentro mi trabajo significativo pero no agradable, no voy a ser feliz haciéndolo y si puedo encontrar lo que hago agradable pero tiene poco sentido para mí, voy a perder rápidamente el interés.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, se puede considerar que la felicidad laboral no solamente depende de la organización como tal, sino que involucra y es factor importante la actitud de cada empleado, aspecto al que se le debe prestar especial atención en la selección del personal y durante la permanencia de los empleados en las empresas, para poder implementar los programas o planes organizacionales.

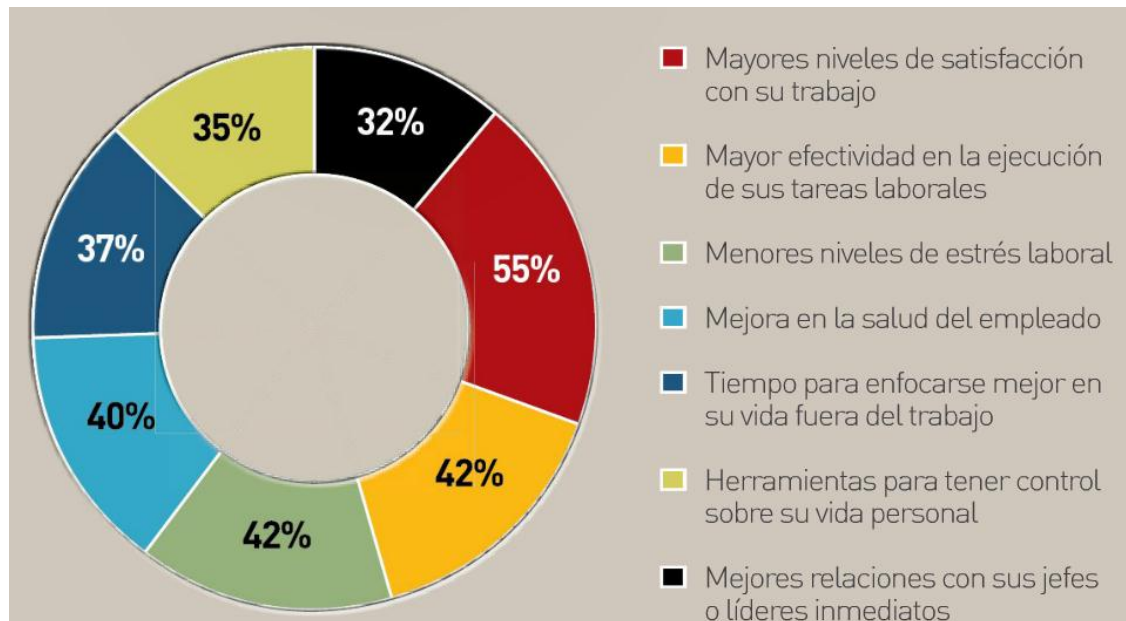
Aún sin tener una definición concreta de Felicidad Laboral, muchas Compañías a nivel mundial, se han interesado en los efectos organizacionales del bienestar de los empleados, haciendo que el tema tome fuerza al evidenciar el impacto positivo que genera a nivel personal y profesional, redundando en beneficios para las Compañías. Este impacto se deduce de los estudios adelantados; dentro de estos, se contempla al autor de The Happiness Advantage, quien asegura que el 25% del éxito laboral depende del coeficiente

intelectual de la persona, mientras que el 75% del mismo, tiene que ver en cómo el cerebro se conecta con los demás y el estado anímico de las personas. En ese sentido, la felicidad aumenta el rendimiento laboral hasta en un 33%. También estudios de la Universidad de Warwick, en Inglaterra, demostraron científicamente que la felicidad de los trabajadores no sólo tiene un efecto directo en la productividad, sino que contribuye a mejorar los resultados de las empresas. La felicidad en el trabajo ayuda a aumentar la productividad en un 12% y autores como (Goleman, Inteligencia Emocional, 1995) asegura que “la felicidad aumenta la creatividad y la innovación de las empresas”.

Según la Encuesta Salarial 2012 – 2013 y de Tendencias en Gestión Humana (Human Capital, 2014):

En Colombia, 6 de cada 10 compañías ya cuentan con alternativas y programas que permiten mejorar la calidad de vida de sus empleados, un abanico de estrategias que desembocan en un resultado específico: trabajadores más felices y que, por ende, son más productivos, están más a gusto con la labor que realizan y son fieles a su empresa. Según esta misma encuesta, 4 de cada 10 empresas consideran que con el impulso de esos programas que garanticen un ambiente de trabajo agradable para sus empleados hay más efectividad de las tareas realizadas y si los empleados se sienten felices y motivados, los índices de productividad individual se incrementan. Concretamente, esas iniciativas conllevan según la Encuesta a mayores niveles de satisfacción con su trabajo (55%), menores niveles de estrés laboral (42%), mayor efectividad en la ejecución de sus tareas laborales (42%), mejora en su salud (40%) y la posibilidad de contar con herramientas para tener el control sobre su vida personal (37%).

Figura1. Impacto de las prácticas de balance vida/trabajo



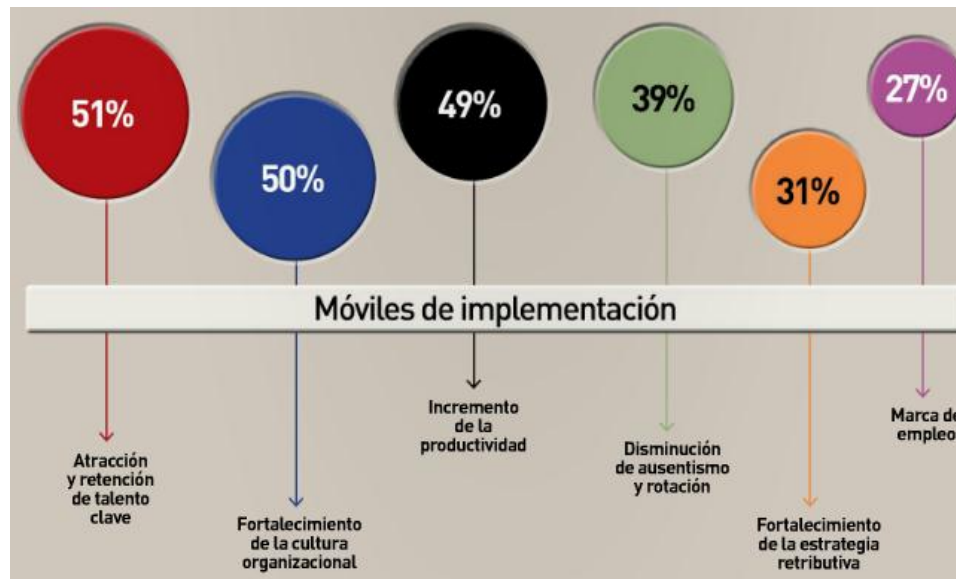
Fuente: Revista Talento y Gestión, Sexta Edición (Agosto de 2014): "Encuesta Laboral 2012-2013 (Human Capital)

Se puede evidenciar de acuerdo a la gráfica, que los altos niveles de satisfacción de los empleados en el trabajo, están directamente relacionados con el progreso que tienen estos en las diferentes etapas que afectan de manera positiva o negativa el comportamiento monetario de la empresa cualquiera que sea esta.

Por otra parte se toma como ejemplo y se hace referencia al salario emocional desde el punto de vista de (Human, 2014) que nos dice lo siguiente:

El "salario emocional" es actualmente parte vital del concepto de felicidad en las organizaciones y cada vez se está posicionando más como un factor estratégico, en donde las ventajas para la empresa y para los empleados se dan de manera equitativa, generando una relación gana-gana entre las partes.

Figura 2. Salario emocional: retos de la organización productiva.



Fuente: Revista Talento y Gestión, Sexta Edición (Agosto de 2014): "Encuesta Laboral 2012-2013 (Human Capital).

A partir de este razonamiento y de las encuestas que comprueban el aumento en la productividad, se percibe el inminente cambio que deben empezar a realizar las empresas, si quieren competir en los mercados con altos estándares de calidad, ya que no solo es la calidad de sus productos o servicios a los clientes, sino al compromiso con sus empleados, como clientes internos, pues a partir de la satisfacción que ellos tengan dentro de la empresa, así será su compromiso, lealtad y dedicación en su labor cotidiana, sin que esta sea monótona o aburrida, sino que refleje el bienestar en sus avances personales y profesionales.

Para confirmar los estudios planteados, se indagó sobre casos de éxito en la implementación de programas de felicidad a nivel laboral, encontrándose que las empresas más caras del mundo como son google, coca cola, han implementado un programa de

felicidad laboral, invirtiendo más en el apoyo en sus empleados y obteniendo una mayor satisfacción del persona y por ende una mayor productividad.

Como evidencia científica: (Rojas, el valor de la felicidad, 2014) La investigación dada a conocer por la Universidad de Warwick, en Gran Bretaña, confirma que “en promedio la felicidad hace a las personas 12 por ciento más productivas”. Uno de los investigadores, Andrew Oswald, afirmó en un boletín de prensa: “Las compañías como Google han invertido más en apoyo a los empleados, y la satisfacción de los empleados ha aumentado como resultado de ello. Para Google, se elevó 37 por ciento; saben lo que están haciendo. Según el investigador, bajo condiciones científicamente controladas, hacer a los trabajadores más felices realmente rinde frutos”.

Coca Cola, considerada a nivel mundial una de las mejores compañías para trabajar, establece en su página web:

El éxito de Coca-Cola no se podría explicar sin sus empleados. Su aportación y su involucración en la compañía es clave por eso desde Coca-Cola hacemos todo lo posible para desarrollar entornos laborales felices. Nuestra finalidad es que todas las personas que trabajan en la compañía sean positivas, felices, generen creatividad e innovación y se desempeñen con pasión, eliminando todo rastro de barreras de género, capacidad u origen, Coca Cola en sus diferentes regionales, tiene como objetivo crear entornos laborales felices; esta empresa creó en el año 2007 el “Instituto de la felicidad” un espacio generado para la investigación y adopción de medidas que redunden en beneficios para los empleados y la misma empresa. Esto es identificado por los consumidores ya que las personas que trabajan en Coca-Cola se convierten en embajadores de la marca, explicando

al mundo la forma de vida asociada, el sentido de pertenencia y el orgullo de formar parte de Coca-Cola. Es un programa vivo en el que los trabajadores realizan sugerencias y toman la iniciativa dentro de la compañía. (Coca Cola, 2014).

Citando más casos de éxito, se tiene al señor “Tony Hsieh, fundador y director general Zappos, una tienda de zapatos on line con su filosofía de "cuanto más felices, más productivos" logró que su empresa fuera la startup más innovadora, estar en el sexto lugar del ranking de las 100 mejores empresas para trabajar en el mundo, además de ser elegida en la portada de Fortune. Las oficinas centrales de Zappos están decoradas de forma extravagante, cuentan con salones para tomar la siesta y pese a que sus empleados gastan el 20 por ciento de su tiempo jugando, su facturación alcanza los 1.000 millones de dólares anualmente. Su éxito fue de tal magnitud que en el 2005 Amazon hizo una oferta de compra por 370 millones de dólares, pero Hsieh se dio el lujo de rechazarla porque la cultura de su empresa está por encima de cualquier cosa. Finalmente en 2009 llegaron a un acuerdo de venta por 1,2 millones de dólares, con la única condición de conservar la esencia y fue como en los primeros seis meses duplicaron su nivel de ventas. Este caso sirvió de inspiración para que OpenEnglish, curso de inglés on line, fuera pionera en crear el cargo de Director de Felicidad, a cambio de tener un Director de Recursos Humanos con el fin de posicionar la cultura del optimismo. Esta decisión la tomaron porque consideran que una persona feliz tiene menos probabilidades de atraer conflictos, estará menos estresada y por ende será más productiva. (Abrew, El negocio de hacer felices a los empleados, 2014).

Para hacer un acercamiento a la manera en cómo estas empresas manejan sus recursos humanos cabe tomar como referencia los “Elementos de la propuesta del valor al empleado” como se muestra a continuación en la figura 3, tomada de (Timmerman, Liderazgo participativo y productividad, 2013).

Figura3. Elementos de la propuesta del valor al empleado



Fuente: Revista Talento y Gestión, Sexta Edición (Agosto de 2014): “liderazgo participativo y productividad” (Human Capital)

Los anteriores casos, han sido experiencias de empresas extranjeras, pero deseando conocer el ámbito colombiano se hace la revisión de Empresas con sistemas o planes de felicidad laboral; encontrando que de acuerdo con el artículo “El negocio de hacer felices a los empleados” escrito por Nicolás Abrew en el diario El Colombiano, el 26 de julio de 2014; para las empresas, las tasas de retorno son más altas, cuando los empleados son felices, ya que hay una relación directa con la productividad. Se cita el caso de éxito de

“Enmedio”, Empresa colombiana que ha implementado estrategias para que los empleados entiendan la felicidad como una herramienta de trabajo "Con el plan de la felicidad mejoramos el desempeño de la compañía, generamos una cultura propia y una identidad real porque involucramos a todos los empleados para construir nuestros valores. Antes, en promedio 12 personas se iban al año de la compañía, en la actualidad son solo tres, y la meta es llegar a cero", explicó Daniel Peláez, gerente regional de Enmedio.

Con lo anteriormente expuesto, es evidente que se han obtenido resultados positivos en las empresas que han apostado por las estrategias que involucran el bienestar de los empleados y que el tema no es solo una tendencia de moda si no un aspecto en el cual se debe seguir indagando y profundizando.

Como efectos del establecimiento de un plan de felicidad en las organizaciones se espera fidelizar a los empleados, creando sentido de pertenencia y compromiso con la Empresa y si se relaciona lo anterior con un sistema de calidad se pueden obtener:

- Ganancias: el valor de los productos se basan en la percepción del cliente; si ellos perciben que el producto es valioso; entonces, se puede fijar el precio según la calidad que ofrece. Parte de la percepción del cliente se debe a la dedicación y satisfacción de los empleados. Los clientes ven como un compromiso de la empresa con respecto a la calidad en general. Eso ayuda a mejorar la percepción del valor del producto y puede permitir que se cobre a un precio mayor.
- Disminución en los costos administrativos: Cuando el personal está contento los clientes están cuidados de forma eficiente y amable. Si reciben esto de forma

continua, la satisfacción del cliente crece y el costo administrativo de atención al cliente disminuye. Los costos de la caída de atención al cliente suman para las ganancias totales de la Empresa.

- Retención de clientes: Cuando los clientes presentan dificultades con la empresa o los productos o servicios y reciben productos excelentes por parte de los empleados satisfechos, entonces se generan clientes satisfechos. Es más probable que la Empresa retenga a estos clientes, cuando los empleados superan las expectativas de servicio de los clientes. Con la retención de clientes se conserva un flujo constante de ingresos para la empresa.
- Imagen: Los empleados generan la reputación de una Empresa. Si la imagen es positiva, existe una mayor probabilidad de querer hacer negocios por parte de clientes y proveedores y esta información atrae más clientes.

Conclusión

El tema de Felicidad laboral es un tema amplio que puede ser investigado desde diferentes aspectos, es un tema que se encuentra en auge pero que debe extender el campo de investigación. Es importante, a nivel organizacional contar con grupos interdisciplinarios que aporten ideas que fomenten el progreso de las organizaciones. Todas las Compañías están conformadas por seres humanos que finalmente, definen el éxito y permanencia de las organizaciones a través su desempeño. Resulta interesante el tema, visto desde la Administración, ya que esta, contempla todas las fases y procesos organizacionales; es relevante al momento de seleccionar los empleados identificar no solamente que cumplan con los conocimientos y habilidades para desempeñar sus funciones; sino identificar que realmente tengan la actitud para enfrentar positivamente los retos de la Compañía y que conjuntamente con un plan de bienestar determinado por la Empresa, contribuya a los resultados de la misma. Seguramente, la felicidad en el trabajo, como estrategia organizacional por sí sola no tenga los efectos esperados si no se identifican las necesidades y las motivaciones individuales de los empleados. De todas maneras, es sabido que un empleado que se identifica positivamente con su empresa, tiene una menor probabilidad de ausentarse o retirarse definitivamente, es capaz de aportar ideas y contribuye para el logro de resultados a nivel general; además, es la primera carta de presentación ante los clientes o usuarios o simplemente es el primer cliente satisfecho que puede atraer más clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abrew, N. (26 de julio de 2014). El negocio de hacer felices a los empleados. *El colombiano*, pág. 11.
- ACHOR, S. (2010). *THE HAPPINESS ADVANTAGE*. londres: virgin publishing.
- Ben, t. (2013). como lograr la felicidad en las empresas. 2013. bogota: exponegocios.
- Capital, T. y. (2012-2013). Encuesta salarial . *Talento y Gestión*, 38.
- Coca Cola. (24 de octubre de 2014). *coca cola.es*. Recuperado el 19 de febrero de 2015, de Como es trabajar en coca cola:
<http://www.cocacola.es/informacion/empleo#.VO0xrnyG-Sp>
- Goleman, D. (1995). *Inteligencia Emocional*. Santafé de Bogotá: Javier Vergara Editor.
- Human Capital. (1 de agosto de 2014). Felicidad, un factor digno de gestión sostenible. Bogotá, Colombia.
- Isabel, R. M. (2011). la felicidad en el trabajo. *Mente y Cerebro*, 42-49.
- kashdan, t. (2008). *JOURNAL OF POSITIVE psychology*.
- Kashdan, T. (2009). la importancia de la eudodinamica. *The journal of positive Psychology*, 202-204.
- Rodriguez Muñoz, A., & Sanz Vergel, A. I. (2011). La felicidad en el trabajo. *Mente y cerebro*, 42-49.
- Rojas, c. (2014). el valor de la felicidad. *portafolio.com*.
- Rojas, c. (28 de marzo de 2014). *el valor de la felicidad*. Recuperado el 2014-2015, de <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/columna-richard-branson-felicidad>
- Timmerman, M. (2013). Liderazgo participativo y productividad. *Talento y Gestion*, 31.