

# Martha Molina, Marketing Communication manager de ISAVIA

## La importancia del responsable de Felicidad

*En los últimos años se está hablando cada vez más de la importancia de la felicidad organizacional y el bienestar corporativo. Se está produciendo un cambio en el paradigma de las empresas, tanto grandes como pequeñas, una transformación enfocada en el bienestar de las personas que forman las organizaciones. Para poder entender completamente esta transformación, tenemos que tener claro qué es felicidad organizacional.*

Podríamos decir que cuando hablamos de felicidad organizacional nos referimos a “la capacidad de una empresa para ofrecer a sus empleados un ambiente óptimo donde puedan expandir sus fortalezas individuales y grupales, reforzando su productividad hacia los objetivos empresariales”.

¿Estamos hablando de una moda pasajera? Si partimos del hecho de que Aristóteles ya hablaba de felicidad en el siglo IV a.C., y decía “la felicidad es una actividad de acuerdo a la virtud. El hombre feliz vive bien y obra bien”, entendemos que no es algo que ahora novedoso y que interese a los hombres del siglo XXI, sino es más bien algo que forma parte del ADN de las personas. Por lo que intentar generar entornos laborales donde los trabajadores puedan sentir dicha felicidad sería la consecuencia lógica de las palabras de Aristóteles en su época.

### ¿Quién se encarga de la felicidad organizacional?

Aunque la felicidad debería ser un estado natural en las personas, eso no significa que ocurra lo mismo en las empresas. De esta necesidad es cuando surge la figura del responsable de Felicidad o Chief Happiness Officer. Podemos entender el CHO como la persona encargada de la felicidad organizacional, incluso podríamos decir que también es responsable de atraer y retener el talento dentro de las organizaciones a través de estrategias de felicidad.

Cada vez nos encontramos más ofertas laborales para cubrir este puesto, ya sean empresas

grandes como pequeñas. Organizaciones como la agencia de comunicación Comunica+A, Mahou-San Miguel, Liberty Seguros o Habitissimo han apostado por tener entre sus filas a un CHO y los resultados que están obteniendo refuerzan su apuesta. Algunos de los beneficios que han visto en sus organizaciones son un aumento de la productividad, disminución del absentismo, mayor innovación por parte del personal y hasta una reducción de la movilidad del personal, entre otros.

Llevar la felicidad organizacional y el bienestar corporativo dentro de las empresas no es algo que se haga, únicamente, dando *tickets* restaurante, flexibilidad horaria o incluso bonos para el gimnasio. Como dice Silvia Escribano, socia-di-

### El Chief Happiness Officer es el responsable de atraer y retener el talento dentro de las organizaciones a través de estrategias de felicidad

rectora de ISAVIA Consultores, “un programa de bienestar no funcionará a no ser que se haya creado una cultura corporativa y una concienciación en los equipos en la que se prioricen los cuidados a cada persona que compone la compañía. Una buena política de salud y bienestar dentro de las empresas nos puede reportar resultados importantes. El ejercicio, los descansos, la relajación y unos límites más estrictos entre vida profesional y vida personal pueden reducir el estrés laboral y aumentar el bienestar y esto, a su vez, aumentar y mejorar la implicación de los empleados”.

### Cómo debe ser un responsable de Felicidad Organizacional

Al estar hablando de un puesto relativamente nuevo, en ocasiones no se tiene claro el perfil formativo de la figura del CHO ni su recorrido dentro de la empresa. Un CHO debe tener formación en Recursos Humanos, Psicología o Relaciones Laborales, pero no debemos olvidar también las habilidades y conocimientos en liderazgo, coaching, motivación y comunicación interpersonal entre otras cosas.



Un buen responsable de felicidad no solo debe gestionar la implementación de estrategias para alcanzar esa felicidad organizacional anhelada, también debe poder monitorizar y analizar su ejecución y los resultados de los siguientes factores:

**-La conciliación:** poder compaginar la vida laboral con la familiar ayuda a liberar cargas y reduce la ansiedad, por lo que la flexibilidad de horarios y la libertad para organizarse el trabajo propio ayudan a crear un entorno más relajado.

**-La comunicación:** es clave un buen flujo de comunicación, de forma bidireccional para que los trabajadores se sientan escuchados y sus ideas y opiniones se tengan en cuenta.

**-El desarrollo profesional y el crecimiento personal:** es imprescindible asegurar las herramientas y recursos necesarios para que el personal pueda seguir creciendo, formándose y desarrollándose a nivel personal y laboral.

**-El espacio:** la iluminación, la climatización, la ergonomía e incluso la ventilación son elementos que debemos vigilar para que los empleados puedan sentirse cómodos durante la jornada laboral.

**-El clima laboral:** se debe fomentar la cohesión y sentimiento de pertenencia para que las personas y los equipos conecten.

**-El reconocimiento:** valorar el esfuerzo realizado y darle su recompensa crea un ambiente donde las personas se sienten motivadas.

Empiezan a aparecer programas específicos para formarse como Chief Happiness Officer, pero es importante fijarse bien en qué tipo de reconocimiento tienen y si están o no avalados por alguna universidad u organismo internacional para evitar caer en manos de aprovechados o de intrusismo. Debemos recordar que vamos a poner en manos del CHO lo mejor que tiene cualquier empresa, su capital humano, las personas, y ese es un bien incalculable ■

