

La felicidad laboral como estrategia para mejorar la rentabilidad y la productividad de la empresa.

Alexander Lopera Cano, ✉ axltd100@hotmail.com

Anteproyecto presentado para optar al título de Administrador de Negocios

Asesor: Juan David Trujillo Giraldo, Esp, en Gerencia de la Comunicación Organizacional



Universidad de San Buenaventura Colombia

Facultad de Ciencias Empresariales

Administración de Negocios

Medellín, Colombia

2021

Citar/How to cite (Lopera Cano, 2021)

Referencia/Reference Lopera Cano, A. (2021). *La felicidad laboral como estrategia para mejorar la rentabilidad y la productividad en la empresa*. [Trabajo de grado profesional].

Estilo/Style: Universidad de San Buenaventura Medellín.
APA 7ma ed. (2020)



Biblioteca Digital (Repositorio)
www.bibliotecadigital.usb.edu.co

Bibliotecas Universidad de San Buenaventura

Biblioteca Fray Alberto Montealegre O.F.M. - Bogotá.

Biblioteca Fray Arturo Calle Restrepo O.F.M. - Medellín, Bello, Armenia, Ibagué.

Departamento de Biblioteca - Cali.

Biblioteca Central Fray Antonio de Marchena – Cartagena.

Universidad de San Buenaventura Colombia - www.usb.edu.co

Bogotá - www.usbbog.edu.co

Medellín - www.usbmed.edu.co

Cali - www.usbcali.edu.co

Cartagena - www.usbctg.edu.co

Editorial Bonaventuriana - www.editorialbonaventuriana.usb.edu.co

Revistas científicas – www.revistas.usb.edu.co

Tabla de contenido

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
1 Planteamiento del problema	9
2 Justificación.....	12
3 Objetivos	13
3.1 Objetivo general	13
3.2 Objetivos específicos.....	13
4 Marco teórico	14
4.1 La felicidad.....	14
4.2 La productividad y la rentabilidad	18
4.3 La relación entre la felicidad laboral con la productividad y la rentabilidad.....	18
5 Metodología	23
5.1 Metodología de la investigación	24
6 ¿Cómo pasar de bienestar laboral a felicidad laboral?.....	27
7 Conclusiones	29
Referencias	31

Lista de tablas

Tabla 1 Categoría del proceso Administrativo.....	26
--	----

Lista de figuras

Figura 1 Esquema subyacente de la felicidad: lo esperado y lo realizado	17
Figura 2 La felicidad clave del éxito: Happy Companies	21

Resumen

De manera general, el problema a trabajar en la presente investigación es encontrar formas alternativas para que las empresas logren mejorar la rentabilidad y la productividad, por lo cual la pregunta principal a responder es ¿Qué relación existe entre los conceptos de felicidad laboral con la rentabilidad en las empresas, basado en el rastreo de casos aplicados?

La primera parte es comprender la definición del término de felicidad laboral, pasar a conocer algunos casos empresariales aplicados, entender la diferencia entre bienestar laboral, felicidad laboral, y finalmente relacionar con la productividad de las empresas.

Palabras clave: Gestión humana, productividad, Gerencia de la felicidad.

Abstract

In general, the problem to work on in this research is to find alternative ways for companies to improve profitability and productivity, so the main question to answer is what relationship exists between the concepts of job happiness and profitability in companies, based on the tracking of applied cases.?

The first part is to understand the definition of the term of work happiness, to know some applied business cases, to understand the difference between work well-being, work happiness, and finally to relate it to the productivity of the companies.

Keywords: Human management, productivity, Happiness management.

Introducción

El contexto de la presente investigación está dado en el área de conocimiento de las ciencias empresariales, es un aporte temático de manera investigativa sobre el impacto que tiene la conocida gerencia de la felicidad.

Así pues, el tema central está en el ámbito empresarial de la gestión humana y gestión de la productividad de las empresas. El objeto principal es identificar por medio de investigación cualitativa el impacto de la felicidad laboral sobre la rentabilidad y la productividad de las compañías.

Entonces, el problema a trabajar es identificar la relación que existe entre la felicidad laboral como palanca de la rentabilidad y la productividad.

Finalmente, el objetivo es descubrir la relación entre la felicidad laboral con lograr una empresa mas productiva y mas rentable, enlazando los puntos identificados y brindando información de ayuda para con esta se pueda llegar a pensar en la implementación de modelos que logren ofrecer estas mejoras de los indicadores mencionados.

1 Planteamiento del problema

De manera general, el problema a trabajar en la presente investigación es encontrar formas alternativas para que las empresas logren mejorar la rentabilidad y la productividad, por lo cual la pregunta principal a responder es ¿Qué relación existe entre los conceptos de felicidad laboral con la rentabilidad en las empresas, basado en el rastreo de casos aplicados?

En primer lugar, debemos abordar algunas definiciones y delimitación de los conceptos de manera que se logre dar el enfoque correcto al ejercicio. Como punto de partida debemos entender, para efectos de esta investigación los focos sobre los cuales se puede entender el concepto de felicidad y poner en contexto lo necesario y suficiente para la manera como se abordaría este. Para iniciar se puede tomar la definición de Aristóteles para el que “Ser feliz es autorrealizarse, alcanzar las metas propias de un ser humano” (Acfilosofía, Aristóteles, 2014, párr. 1) en este sentido se reconoce un cierto grado de individualismo en la que la felicidad es lograr las metas u objetivos propios, lo que cada persona se trace, y también es importante resaltar la autorrealización ya que si en el ámbito empresarial se logra propiciar un ambiente tal que esto se dé, se lograría una buena conexión (relación) entre ambos temas.

Ahora bien existe otra definición para el término felicidad, desde el enfoque de los racionalistas como Leibniz (Leibnitz, s.f.), donde se reconoce la felicidad como “la adecuación de la voluntad humana a la realidad” (párr. 1) y es aquí donde se puede resaltar la gran importancia y relación que existe con el ámbito laboral, esto es, el hecho que los empleados conozcan cual es el objeto o importancia de su labor hace que estén motivados con la consecución de sus labores, es decir están reconociendo la realidad en la cual se están desempeñando y pueden adaptar su comportamiento a esta realidad, sus labores, sus actividades diarias.

Desde otro punto de vista para el concepto de felicidad, y no alejado del contexto de la presente investigación, se debe reconocer la subjetividad de este, esto quiere decir que la felicidad se logra de diferentes maneras y según los estándares de cada persona, cada sujeto fija, basados en diferentes objetivos que le generan felicidad, las metas que le va a generar alcanzar tan anhelado estado. “La felicidad es una condición subjetiva y relativa. Como tal, no existen requisitos objetivos

para ser felices: dos personas no tienen por qué ser felices por las mismas razones o en las mismas condiciones y circunstancias” (Significados.com, s.f., párr. 1).

Por ejemplo, para algunas personas la felicidad puede estar manifiesta con el hecho de conseguir dinero en cantidades, para otras personas dicho estado está asociado a algo menos material como puede ser disfrutar de espacios de naturaleza y de momentos de paz (buscar tranquilidad), para otras personas la felicidad es tener muchas actividades que realizar y para otras es tener la menor cantidad de tareas por realizar. Así con estas aproximaciones podemos sentir algo primordial y es que por más esfuerzos e inversiones que se hagan para lograr la felicidad de los empleados, no es posible lograr la felicidad para la totalidad de los empleados, no se pueden atacar todos los frentes al mismo tiempo, pero sí es cierto que se pueden lograr mejores resultados para la compañía, así puedes implementar un beneficio monetario (mayor remuneración) para los empleados y puedes mejorar mucho tu satisfacción interna laboral, pero puedes encontrar aún personal insatisfecho y es por a estos los “llena” algo muy diferente como jornadas más reducidas para poder disfrutar de otros espacios.

En la actualidad realmente una tendencia es el estudio de la felicidad en la empresa ya que se deben abordar de nuevas maneras el logro de los resultados de productividad y rentabilidad como ya se ha manifestado, apalancar los indicadores más relevantes para la empresa. En este sentido hay empresas a nivel mundial que ya trabajan de manera muy exitosa la gerencia de la felicidad como el caso de Google, Open English o Zappos, “los denominados directores de Felicidad, aquellas personas que se encargan de incentivar actividades de motivación, de fortalecimiento e integración de equipos de trabajo, y también tienen la tarea de promover los valores corporativos” (Gaitan, et al, 2015, p. 6).

Es el objeto así de esta investigación evidenciar casos de éxito ya aplicados en algunas compañías y entendiendo la relación entre estos conceptos ya definidos en el contexto que se requieren, tener este punto de referencia da bases muy importantes para que las empresas puedan basarse y aplicar así mismo estos conceptos. Otro de los puntos que hasta este momento no se ha mencionado explícitamente es la mejora en la productividad con las mismas personas, pero siendo felices, es decir que un punto importante sería lograr medir los resultados de un grupo de personas antes de implementar acciones que busquen la felicidad y posteriormente medirlos luego de obtener beneficios que mejoren su satisfacción, por ejemplo, en un estudio realizado en la empresa Eurofish de Manta ubicada en el Ecuador

la felicidad laboral es una función de la gerencia de talento humano y una responsabilidad de la alta gerencia, teniendo incidencia positiva en la rentabilidad empresarial, como se demuestra en la empresa estudiada donde se incrementó en un 54 % las utilidades entre un año y otro (Cevallos Zambrano, 2014, p. 1).

Hablando en el contexto de la motivación para los empleados se debe avanzar con precaución dado que este es subjetivo, así como ya se aclaró para el concepto de felicidad, los generadores de motivación no son los mismos para todos los públicos y empleados, en cierto sentido lo que las empresas deben optar por realizar son programas que abarquen la mayor generación de motivación posible al interior de la empresa. Hay campos que pueden ser abarcados de manera general, pero otros en los cuales es complejo llegar todo el público. Por ejemplo, si tomamos como referente el modelo (Maslow, 1943) y su “jerarquía de las necesidades” o la “pirámide de Maslow” (párr. 1) se deben tener en cuenta escalas como necesidades fisiológicas, seguridad, sociales, reconocimiento y autorrealización, en este sentido todas menos la última pueden trabajarse con mayor facilidad por parte de la empresa pero la última, la autorrealización, es compleja de nuevo por el tema de subjetividad, se deben atender entonces diferentes tipos de beneficios para los empleados de manera que cada uno pueda decidir que rama puede tomar de manera que aporte a su propia autorrealización logrando así lo que debería ser el fin máximo de la gerencia de la felicidad.

Por todo lo mencionado anteriormente cobra relevancia entender y poder responder a la pregunta planteada para esta investigación, entender la relación entre dichos conceptos y sus implicaciones.

2 Justificación

La base para desarrollar la siguiente investigación es poder brindar a las empresas un contexto claro acerca de las implicaciones de llevar a cabo, dentro de la empresa, la gestión del talento humano basado en el concepto y las premisas de la felicidad laboral. Lo anterior cobrando relevancia en el sentido que se pueda lograr beneficios económicos para la empresa reflejados en mejores resultados de rentabilidad, productividad y disminución del indicador de rotación de personal.

Adicionalmente se pretende poder ofrecer material académico actual y pertinente, con los cuales se pueda avanzar en el análisis del concepto de la gerencia de la felicidad, y de esta manera ampliar el alcance que los estudiantes puedan llegar a obtener en sus búsquedas investigativas.

Por otra parte, la presente investigación aporta a la sociedad directamente, ya que en la medida que las empresas comiencen a adoptar metodologías de gestión del talento humano basados en la búsqueda de su felicidad, se podrá lograr un avance social más sostenible, mejorando las condiciones de los trabajadores y su satisfacción con sus empleos.

La investigación se desarrolla en un momento en el cual se está desarrollando material teórico acerca de la felicidad laboral y sus beneficios, lo cual es un tema pertinente, actual y útil en un mercado que busca nuevas formas y alternativas de gestión del talento humano dentro de las compañías.

3 Objetivos

3.1 Objetivo general

Descubrir los beneficios para las empresas del concepto de felicidad laboral y como se relaciona con la rentabilidad de la compañía, con el fin de proporcionar información y contexto de actualidad, por medio del rastreo de casos aplicados.

3.2 Objetivos específicos

- Definir el concepto de felicidad laboral analizando varias perspectivas de autores, por medio de rastreo de los conceptos como coaching, beneficios laborales, entre otros.
- Examinar los casos exitosos de implementación de modelos de felicidad laboral en términos de la rentabilidad de la compañía.
- Describir la relación de los beneficios laborales y de la felicidad laboral con la rentabilidad de la empresa.

4 Marco teórico

En la actualidad el tema de la felicidad laboral en la empresa está tomando cada vez mayor relevancia y es un punto a tratar como estratégico desde ahora dentro de las compañías, es la forma de buscar mejores resultados en el desempeño y generación de valor de éstas, mejores resultados de productividad y de la rentabilidad.

Es incluso así como grandes empresas en el mundo han adoptado modelos de este tipo de manera que se pueda apuntar a estos resultados ya mencionados, podemos en este sentido resaltar casos como el de Google, Open English o Zappos, donde se han creado áreas de la organización (nivel estratégico) solo para abarcar el tema de la felicidad laboral: “los denominados directores de Felicidad, aquellas personas que se encargan de incentivar actividades de motivación, de fortalecimiento e integración de equipos de trabajo, y también tienen la tarea de promover los valores corporativos” (Gaitán, et al, 2015, p. 15).

Es importante en este punto destacar que no solo se trata de implementar estos programas de felicidad dentro de la empresa, es motivar el trabajo en equipo en pro de resultados y teniendo claros siempre los valores corporativos que a largo plazo genera la identidad y cultura de una organización.

4.1 La felicidad

Dado que el concepto de felicidad es tan amplio se hace necesario realizar una revisión de este, es decir, tener el contexto en el cual se va a abordar el tema con el fin de evitar ambigüedades y puntos de vista divergentes que se puedan generar a raíz de este. Por lo anterior abordaremos el concepto pasando por la antigüedad hasta la actualidad.

En primer lugar podemos tomar la definición de Aristóteles para el que “Ser feliz es autorrealizarse, alcanzar las metas propias de un ser humano” (Filosofía, 2014, párr. 1), en este sentido se reconoce un cierto grado de individualismo en la que la felicidad es lograr las metas u objetivos propios, lo que cada persona se trace, y también es importante resaltar la autorrealización

ya que si en el ámbito empresarial se logra propiciar un ambiente tal que esto se dé, se lograría una buena conexión (relación) entre ambos temas.

Citando un modelo más contemporáneo encontramos en “la pirámide de las necesidades” (Maslow, 1943, párr. 1) en el cual en el último escalafón aparece la autorrealización, atado totalmente con la definición filosófica de Aristóteles, en este escalafón Maslow señala esta autorrealización como el punto máximo para lograr la satisfacción o felicidad de las personas en la empresa, es decir, lograr el “éxito personal”.

Otro punto de vista para la definición del concepto es desde su etimología de donde “el término felicidad proviene del latín felicitas, que significa fortuna, placer, alegría, buena estrella, buen destino. La palabra felicidad significa sentirse satisfecho, dichoso, contento” (Portada Etimológica, s.f., párr. 2), por lo cual podemos entender que es amplio la percepción para este concepto, es decir que alguno o todos de estos sentimientos generan felicidad, también es pertinente entonces preguntarse en este punto: ¿Es capaz la empresa de generar estos sentimientos en sus empleados? Y adicionalmente regresando a lo expresado anteriormente y reconociendo la diversidad para cada persona, sería prácticamente utópico para una empresa lograr tantos ambientes como colaboradores se tengan, y así lograr la felicidad de todos sus empleados.

Desde el punto de vista filosófico el concepto se plantea como complejo en primer lugar, pero se reconoce que dicho estado de felicidad no es perpetuo, que está creado por pequeños momentos de “bienestar” y que la generan, pero que así mismo pueden desaparecer rápidamente. También es importante resaltar de esta definición que se habla del tema de bienestar, es decir que la felicidad como tal para el contexto empresarial ¿podría transformarse en programas de bienestar?, es decir crear pequeños momentos de satisfacción en las personas:

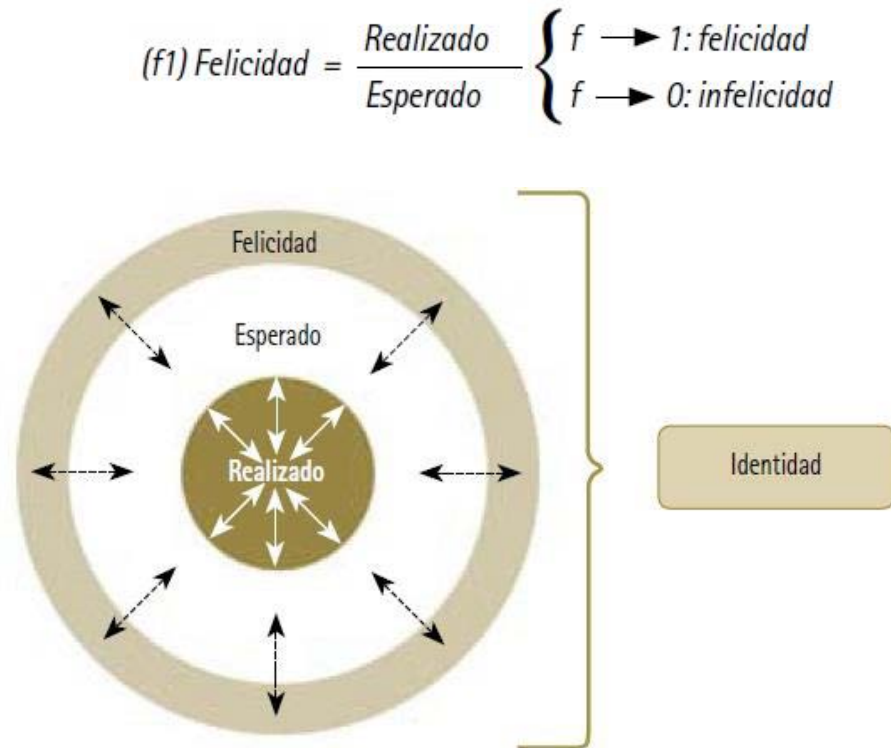
Definir el concepto de felicidad es una tarea ardua. Seguramente sea una de las definiciones más controvertidas y complicadas. El ser humano ha tendido siempre a perseguir la felicidad como una meta o un fin, como un estado de bienestar ideal y permanente al que llegar, sin embargo, parece ser la felicidad se compone de pequeños momentos, de detalles vividos en el día a día, y quizá su principal característica sea la futilidad, su capacidad de aparecer y desaparecer de forma constante a lo largo de nuestras vidas (Filosofosumg, 2019, párr. 1)

Como se ha planteado, el concepto de felicidad es en si complejo, y en el contexto empresarial lo que aparece recurrentemente es hablar de bienestar, y teniendo claro que bienestar no es lo único que compone la felicidad no sería completo hablar de felicidad, todos los sentimientos que pueden llevarte a felicidad son tan amplios como también lo son los momentos de la vida que se atraviesen, así felicidad puede verse como que “es la sensación de bienestar y realización que experimentamos cuando alcanzamos nuestras metas, deseos y propósitos” (Significados.com, s.f., párr. 1)

En un marco actual encontramos la definición de Harold Yusit Gamero Maldonado (ver Figura 1), donde la felicidad es alcanzable en la medida que se cumplan las metas trazadas, define la medición como “Realizado/Esperado”. En este punto se sigue encontrando la relación entre las definiciones analizadas, todas dependen del punto de referencia de cada individuo, es decir, la felicidad en si es subjetiva puesto que cada persona define sus metas, que lo hace feliz, que le genera satisfacción, por lo que nunca vamos a encontrar un modelo de felicidad empresarial estático que logre los objetivos idénticos en diferentes compañías, es este un modelo que debe ser dinámico y partir del conocimiento previo de las necesidades de sus empleados, conocer qué modelo impactaría la mayor población posible para apuntar a resultados más globales (en términos del total de la empresa).

Figura 1

Esquema subyacente de la felicidad: lo esperado y lo realizado



Nota: Fuente: Maldonado, H. Y. (2013). Ciencia & trabajo. La satisfacción laboral como dimensión de la felicidad, (p. 94-102).

Según Maldonado (2013), “mientras este cociente tienda más a uno, mayor será el grado de felicidad de las personas y mientras este valor tienda más a cero, menos será la percepción de felicidad de las personas” (p. 94). En este sentido también es importante resaltar que las metas fijadas deben tener, en teoría, un alto grado de realidad alcanzable, es decir si una de mis metas será viajar en el espacio y visitar Marte, es claro que las probabilidades de lograr dicha expectativa son bajas por lo que es más probable entonces lograr entonces estado de infelicidad. Pese a que el ejemplo es exagerado es aplicado para resaltar el punto, la subjetividad y el grado de realizable que deben tener los objetivos trazados.

4.2 La productividad y la rentabilidad

La productividad según la real academia de la lengua española (RAE, 2017) es definida como “la capacidad o nivel de producción por unidad de superficies de tierras cultivadas, de trabajo o de equipos industriales” (párr. 2) en este sentido la interpretación tomada para efectos de la presente investigación es que este concepto es la cantidad ejecutada o relación existente entre la actividad realizada con respecto a la cantidad de recursos invertidos, por lo anterior cada vez que se haga un uso más racional de los recursos disponibles de la empresa se entenderá impacto positivo en la productividad.

El desperdicio de recursos es uno de los dolores de cabeza que actualmente poseen las compañías, este puede darse por malas definiciones de los procesos, no enlazar bien la cadena de valor de la empresa, entre otros, pero para nuestro caso en particular el impacto que interesa analizar es como las personas afectan la productividad, como su estado anímico afecta los resultados de la compañía e incluso más aún, como pueden las empresas mantener esos niveles anímicos altos de sus empleados, haciéndolos más felices y productivos.

Ahora bien, el concepto de rentabilidad es definido como “la cantidad de dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa” (Gerencie.com, 2017, párr. 5), total que en este sentido es totalmente consecuente y pertinente que mientras mejor sea la productividad (mejor aprovechamiento de recursos), mejor va a ser la rentabilidad de la empresa puesto que menores serán los costos que se dan para lograr los resultados esperados o incluso mejores.

4.3 La relación entre la felicidad laboral con la productividad y la rentabilidad.

Para identificar esta relación se van a abordar varios casos ya trabajados sobre el tema en diferentes empresas y sectores mostrando los resultados que algunos de ellos han alcanzado, ya ha sido aclarado que mientras mejor sean los resultados de productividad de la empresa mayor van a ser los resultados de la rentabilidad también, es decir que basta con mostrar que la felicidad impacta la productividad para entender el impacto en la rentabilidad o bien mostrar el impacto en la rentabilidad directamente.

En primer lugar, encontramos casos claros y directos de impactos en la rentabilidad como en la investigación con aplicación en campo en la empresa Eurofish. Es propio de las empresas en

la actualidad preocuparse no solo de la innovación, la rentabilidad, competitividad sino también de la importancia que adquiere que el empleado estar feliz dentro de la compañía y mejorar así los indicadores y resultados alcanzados sin necesidad de tener que invertir cuantiosas sumas de dinero en este proceso. Se debe buscar así el punto de equilibrio correcto entre conocimiento y comportamiento. Para el caso de Eurofish menciona el texto

lo que el departamento de talento humano ha determinado es lograr una sinergia entre el empleado, su familia y la empresa, se pretende que trabajando en esta trilogía se logran mejores resultados que son beneficiosos tanto para el empleado, como para la empresa (Cevallos Zambrano, 2014, p. 5).

Se mencionan algunas estrategias para lograr la felicidad de los empleados:

- Estrategias de fortalecimiento familiar
- Campamentos vacacionales
- Concursos de tarjetas navideñas
- Cursos de inglés
- Familias en conflicto
- Talleres artesanales para cónyuges
- Estrategias de fortalecimiento personal
- Radio
- Coro
- Terapias de NA (narcóticos anónimos)
- Educación formal
- Bailo terapia
- Inducción familiar
- Controles médicos para la familia
- Mochila escolar (basados en resultados académicos)
- Ayuda psicológica
- Generación de emprendimientos
- Cursos de idiomas para los hijos

- Bonificaciones especiales para familiares directos con discapacidades

Y dado que ya hemos entendido que en un alto grado la felicidad es alcanzable desde el sentido personal, en el caso Eurofish también se entiende esta parte por lo que a nivel personal otras estrategias son:

- Apoyo en la educación formal
- La cultura del ejercicio
- Minutos de cafetería
- Restaurante
- Visitas sorpresa del jefe inmediato
- Teletrabajo
- Trabajar sin uniforme
- Horarios flexibles
- Apoyar los hobbies
- Spa
- Bazar interno

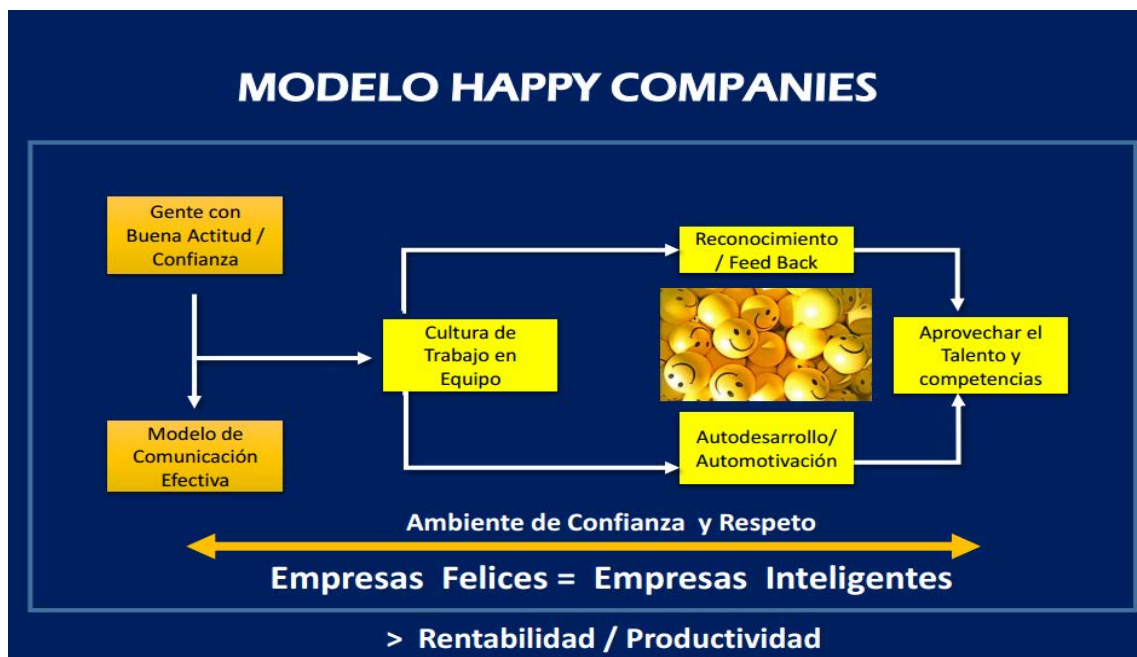
Es de vital importancia que la empresa comprenda que debe hacer entender a sus empleados que no son solo entes serviles y que se sientan reconocidos como parte vital de la empresa, así la visión y enfoque de todos cambia radicalmente y por ende los resultados. Es importante revisar las ideas a implementar con el área de marketing interno para lograr el mejor enganche posible con las estrategias utilizadas. Una de las conclusiones importantes de este análisis será

Cuando la empresa demuestra a sus empleados que ellos valen la pena, que la empresa hace esfuerzos por mantenerlos contentos, que comparte información, automáticamente se genera un efecto positivo con el respectivo sentido de pertenencia por parte de cada empleado, y para beneficio de la compañía esto se refleja en la rentabilidad, como se ha determinado en el ejemplo anterior de Eurofish empresa que aumentó en un 54% la rentabilidad en un año de trabajo (Cevallos Zambrano, 2014, p. 15).

En sintonía de lo ya mencionado, es importante que la empresa implemente modelos que busquen la felicidad de sus empleados tales que implícitamente son modelos que buscan generar mas valor para la empresa y por ende ya rentables en sí. Por efectos como estos es que las empresas actualmente implementan proyectos como el “Happy Companies” (P. B, s.f., párr. 12) en los cuales la idea principal es lograr trabajo en equipo, integración de la gerencia y dirección de la empresa con todos sus empleados eliminando barreras burocráticas que lo que causan es pérdida de flexibilidad y agilidad en la toma de decisiones e implementación de acciones efectivas, esta eliminación de barreras crea una comunicación efectiva, directa entre la gerencia y la parte productiva, así mismo se crea cultura de trabajo diferente basados en el relacionamiento directo, el feedback inmediato es otra herramienta que se logra con el proyecto Happy Companies.

Figura 2

La felicidad clave del éxito: Happy Companies



Nota: fuente. <https://bit.ly/3rc28c7> (Cámara de comercio de Buga) Helena, P.B. (s.f.). Obtenido de ccbuga.org.co

El relacionamiento directo con la dirección hace que las empresas sean reconocidas como inteligentes apuntando a mayor rentabilidad y productividad en todo lo que debe ser una cultura, un ambiente de confianza y respeto.

En Colombia existen modelos que han dado ya buenos resultados rentables y que incluso exteriormente ya hace que estas empresas sean reconocidas como las mejores para trabajar en cada uno de sus sectores:

Colombina, “empresa que desde el año 2012 creó un programa llamado “programa de reconocimientos” el cual consiste en valorar y exaltar el trabajo de los empleados desde la práctica de los valores corporativos, generando estrategias en el desarrollo profesional y personal.” (El Espectador, 2014, párr. 14).

Nestlé, “A través del programa ‘Beneficios flexibles’, los empleados cuentan con un cupo de dinero que pueden gastar en seguro para enfermedades graves, póliza odontológica, seguro educativo, regalos (artículo o experiencia que genere bienestar) o días libres.” (El Espectador, 2014, párr. 15).

Cusezar, beneficios tales como tarjetas de reconocimiento, día de la familia Cusezar y almuerzos con líderes. “En la compañía estamos convencidos de que nuestros trabajadores son la base más importante. Sin ellos no estaríamos donde estamos. Por eso constantemente los retamos para que encuentren sentido a lo que hacen” (El Espectador, 2014, párr. 16).

Finalmente, en un contexto colombiano y actual tenemos en la referencia de Great Place to Work, que las empresas pueden lograr mejores resultados de productividad, de servicio y otros indicadores que derivan en la rentabilidad si se invierte en las personas, en lograr mejores ambientes para los empleados, culturas sólidas, pero no necesariamente se habla de la palabra felicidad:

“ En la medida en que los colaboradores sienten que trabajan en una organización con líderes confiables, con políticas y prácticas claras y transparentes y con unas condiciones laborales adecuadas, aumentan su sentido de pertenencia y motivación, lo que se traduce en mayor productividad, prestación de un mejor servicio, disminución en los índices de rotación, ausentismo, accidentabilidad, entre otros.” (greatplacetowork, 2018, párr. 1)

5 Metodología

Es definido enfoque cualitativo para esta investigación dado que no se basa en analizar información numérica, comportamiento de los datos y descripción de fenómenos basados en números históricos, sino mejor se analiza información acerca del fenómeno, que como tal es social, de la felicidad laboral dentro de las empresas. “La investigación cualitativa entendemos cualquier tipo de investigación que produce hallazgos a los que no se llega por medio de procedimientos estadísticos y otros medios de cuantificación” (Strauss & Corbin, 2002, p. 27).

Hilando esta definición, se puede decir entonces que la presente investigación sustenta totalmente un enfoque cualitativo, no se tomarán datos numéricos de encuestas, ni históricos para ser analizados como series de tiempo y determinar un comportamiento futuro o describir por medio de métodos descriptivos estadísticos el comportamiento que han tenido algunas variables, se van a utilizar casos para dar muestra y hecho de los casos de gerencia de la felicidad y felicidad laboral que han sido exitosos.

En el caso del nivel de la investigación es descriptiva puesto que se están tomando casos aplicados ya exitosos en el campo de la felicidad laboral para mostrar, describir e ilustrar los resultados obtenidos en términos de rentabilidad. “La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta” (Tamayo & Tamayo, 2004, pág. 46).

De esta manera van a listarse casos como el de Eurofish y sus beneficios en rentabilidad de la compañía. Empresas de reconocimiento a nivel mundial como Google y Zappos tienen creencia en este tipo de modelos y por esto es que dentro de su estructura cuentan con las denominadas Gerencias de la felicidad.

Es finalmente por eso que la investigación adquiere un nivel descriptivo, se van a usar hechos de investigaciones, implementaciones y modelos de empresas actuales para mostrar los resultados buscados y planteados desde el objetivo general de la investigación y que resuelven la pregunta planteada.

El presente trabajo toma tipo como investigación documental la presente puesto que su fin es basarse en información de otras investigaciones, libros y demás fuentes con el fin de construirse, desarrollarse. Así, se listarán a lo largo de la investigación los diferentes conceptos y autores que

se tomarán como fuente para dar hilo al tema y analizar y describir los beneficios de la gerencia de la felicidad sobre la rentabilidad de las empresas.

“La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas” (Arias, 2006, pág. 27).

5.1 Metodología de la investigación

Para efectos de la presente investigación se va a desarrollar rastreo de casos aplicados ya en empresas acerca del tema de la felicidad laboral, y que adicionalmente hayan logrado ser exitosos, de esta manera se pretende descubrir cuales serían los beneficios que apalancan estos resultados de la mejor manera y poder crear este material de consulta actualizada como referente para las compañías que deseen alcanzar resultados similares. “la investigación cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de seres vivos, sobre todo los humanos” (Hernandez Sampieri, 2014, pág. 42).

Adicionalmente a tener claro el enfoque de la presente investigación, se debe abordar la forma como se van a trabajar los objetivos de manera que se logre llegar a los resultados esperados y se dé total cobertura a lo expresado en su definición, para esto se van a enunciar uno a uno los objetivos así:

Como se espera lograr los objetivos específicos:

- Definir el concepto de felicidad laboral analizando varias perspectivas de autores, por medio de rastreo de los conceptos como coaching, beneficios laborales.
 - Seleccionar autores para pasar de la definición aristotélica, semántica, etimológica de la felicidad y pasando por puntos como la pirámide de Maslow para entender el contexto del concepto.
 - Leer conceptos, exponerlos y analizarlos de cara a la presente investigación.

-
- Examinar los casos exitosos de implementación de modelos de felicidad laboral en términos de la rentabilidad de la compañía.
 - Buscar casos implementados como el de Google, Zappos y Eurofish, siendo estos bases principales del punto de exposición exitosa de modelos de bienestar y felicidad laboral de cara a la rentabilidad de las compañías.
 - Analizar coherencia de los casos exitosos seleccionados como muestreo con respecto a la presente investigación y el objeto la misma.

 - Describir la relación de los beneficios laborales y de la felicidad laboral con la rentabilidad de la empresa.
 - Contrastar concepto de felicidad laboral con los casos exitosos rastreados e ilustrar la relación identificada.
 - Crear información final describiendo y analizando de la relación entre la felicidad laboral y el impacto económico al interior de las compañías.

Durante el actual proceso de investigación es posible que se encuentren puntos en los cuales también se dejen las puertas abiertas a un nuevo debate que genera conocimiento más amplio sobre el tema de la felicidad laboral, y dejar estos puntos así no es para nada malo, es finalmente parte de la construcción de nuevos aportes sobre esta parte del área de conocimiento y que contribuye a la creación conjunta. Este enfoque cualitativo es una forma tal que sirve para lograr este punto, como dice (Hernandez Sampieri, 2014) “utiliza recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p. 111).

Finalmente se presenta las categorías de cómo se aborda el proceso investigativo:

Tabla 1

Categoría del proceso Administrativo

Pregunta de investigación	¿Qué relación existe entre los conceptos de felicidad laboral con la rentabilidad en las empresas, basado en el rastreo de casos exitosos aplicados?	
Objetivo General	Descubrir los beneficios para las empresas del concepto de felicidad laboral y como se relaciona con la rentabilidad de la compañía, con el fin de proporcionar información y contexto de actualidad, por medio del rastreo de casos exitoso-aplicados.	
Objetivos específicos	Categoría principal	Subcategorías
1. Definir el concepto de felicidad laboral analizando varias perspectivas de autores, por medio de rastreo de los conceptos como coaching, beneficios laborales.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Como pasar de bienestar laboral a felicidad laboral 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Inducción de empleados ○ Entrenamiento de personal.
2. Examinar los casos exitosos de implementación de modelos de felicidad laboral en términos de la rentabilidad de la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Casos de mejora de la rentabilidad de la empresa por medio de la felicidad laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Eurofish ○ Google ○ Zappos
3. Describir la relación de los beneficios laborales y de la felicidad laboral con la rentabilidad de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Desde los beneficios laborales hacia la mejor rentabilidad de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Retención de empleados. ○ Productividad por motivación ○ Esfuerzo invertido en entrenamiento de personal.

6 ¿Cómo pasar de bienestar laboral a felicidad laboral?

Es de vital importancia en el contexto actual abordar la diferencia entre lo que es el bienestar laboral y la felicidad laboral, como ha evolucionado el concepto y porque debemos hablar de una y no de otra. En primera instancia se entiende el concepto de bienestar laboral más como un programa o un conjunto de beneficios para los empleados y que a su vez puede apuntar a mejorar la productividad, que como un enfoque más trascendental que es buscar la felicidad laboral, este último siendo un concepto mucho más amplio y completo, y claramente más difícil de lograr. Se ha identificado también que la complejidad del concepto de felicidad hace que el tratar este dentro del contexto empresarial nos hace entrar en un campo tal vez utópico e inalcanzable.

“Con el surgimiento de la teoría de las relaciones humanas, la búsqueda de la eficiencia lleva a los empresarios al desarrollo de programas que trascienden la moralidad, para ofrecer acciones de beneficencia y algunas prestaciones como vacaciones, permisos por enfermedad” (Calderon Hernandez, et al, 2003, p. 135). Incluso dentro de los mismos argumentos encontrados para lograr la felicidad se puede identificar que no se llega necesariamente a ella para obtener los beneficios de rentabilidad de la compañía, se brindan acciones que “beneficencia” para apalancar estos, no expresamente acciones de felicidad.

El bienestar laboral queda en el plano de definir métodos, programas, estilos de dirección y que solo quedan hasta allí, la felicidad en cambio es un contexto mucho más amplio y complejo, se preocupa más por las personas, entender que sienten, que los motiva, que es lo que ocasiona o desencadena sus sentimientos, y por supuesto apuntando también a la mejora de la rentabilidad de la compañía. “... formas de dirigir que irradian confianza y credibilidad, demuestren interés por las personas y capacidad de escucha mejoran el bienestar laboral de las personas” (Robbin, 2010, pág. 366).

Para uno de los casos que se trabajan a lo largo de la investigación, la felicidad laboral va mucho más allá de un beneficio, debe esta alcanzar un punto más relevante y profundo en las personas para poder lograr los resultados de rentabilidad buscados. Para esto Ceballos plantea “lo que el departamento de talento humano ha determinado es lograr una sinergia entre el empleado,

su familia y la empresa, se pretende que trabajando en esta trilogía se logran mejores resultados que son beneficiosos tanto para el empleado, como para la empresa” (Cevallos Zambrano, 2014).

7 Conclusiones

- El concepto de felicidad laboral es amplio, diverso y complejo como la cantidad de personas que componen las empresas, cada uno tiene su motivación individual y meta específica por lo que se hace improbable lograrla en masa.
- Incluso dentro de los casos explorados de implementación de modelos de felicidad laboral, se logra identificar tendencia a la implementación de programas de bienestar.
- El estado de felicidad en el ámbito laboral es ciertamente una utopía, dicho estado es tan diverso como cantidad de personas se tengan y es totalmente improbable que una empresa pueda crear este estado para cada persona.
- Por lo anterior el concepto de felicidad laboral puede ser ajustable a bienestar laboral, de esta manera no se compromete un concepto tan grande en su definición.
- En la empresa Onelink BPO, dedicada servicios de tercerización de atención a los clientes de las compañías, donde existe un gran interés genuino por atender con altos estándares de calidad y de generación de experiencias gratas a los usuarios de los clientes por diferentes canales de atención como Chat, teléfono, mensajería, correo, entre otros, existe un programa de felicidad laboral muy bien definido y estructurado. Se cuenta con el slogan de “the contact center with a smile” (Onelink, 2019, párr. 1), y ciertamente la empresa invierte para lograr la satisfacción tanto de sus clientes, como de sus usuarios y primordialmente de los empleados de manera que estos puedan transmitir este sentimiento, no obstante, y como ya ha sido mencionado, la felicidad es en sí compleja de generar en unísono a todos los empleados por diversos que sean los programas y beneficios. Se cuenta con diferente inversión e implementación de programas:
 - Fondo de empleados
 - Gimnasio

- Game-room
 - Olimpiadas deportivas
 - Programas de lectura
 - Programas de ventas de diversos artículos
 - Presentación de los talentos de la empresa
-
- Son muchas las actividades que apuntan al bienestar de todos los colaboradores. Pero es finalmente como se ha mostrado a lo largo de la investigación, el estado de felicidad es complejo de alcanzar, dentro de la empresa y como en todas, se ven casos de rotación del personal indicando no estar conformes, sea con carga labora, con ambiente, con liderazgo, con tantos diversos temas que realmente no es que sea para esta empresa en específico, sino que es un contexto del que ninguna compañía puede evitar, la diversidad de su gente y para una empresa que cuenta con mas de diez mil empleados, es improbable lograr la felicidad en sus empleados. La empresa como tal con sus beneficios e inversión en el personal puede mejorar niveles de bienestar y lograr mejoras en la productividad y rentabilidad, no obstante, no es directamente medible y adjudicable dicha mejora al nivel de bienestar.

 - Para las empresas que deseen implementar un programa en su hacer, con foco en mejorar la satisfacción laboral, la permanencia del personal, la fidelización de sus empleados y, claro está, lograr mejores resultados de rentabilidad y productividad, la recomendación principal es analizar muy objetivamente el foco del programa a implementar, decidir correctamente si se llamará bienestar laboral, si se llamará felicidad laboral, o de alguna otra manera pero que en definitiva se tenga la conciencia y certeza de por qué se implementó de dicha manera y por qué se le dio el nombre determinado.

Referencias

- Acfilosofía. (2014). *Acfilosofía actividades de filosofía*. Obtenido de Acfilosofía: www.acfilosofia.org
- Arias, F. G. (2006). *El proyecto de investigación: introducción a la metodología científica*. Caracas-Venezuela: Editorial Episteme.
- Calderon Hernandez, G., Murillo Galvis, S. M., & Torres Narvaez, K. Y. (2003). Cultura organizacional y Bienestar laboral. *Cuadernos de Administración*, 16(25), 109-137.
- Cevallos Zambrano, D. P. (2014). La felicidad laboral como estrategia de desarrollo empresarial. *ECA Sinergia*, 5(1), 1-11.
- El Espectador. (20 de 11 de 2014). *Empleados felices, empresas más productivas*. Obtenido de El Espectador: <https://bit.ly/3GhXjIX>
- Filosofosumg. (2019). *filosofosumg*. Obtenido de filosofosumg: <https://bit.ly/3Dvo2cS>
- Gaitan, I., Breton, D., Urbano, H., Mahecha, C., & Arteaga, M. (2015). Todo es cuestión de actitud. Gestión de la felicidad. *Harvard Deusto business review*,(244), 6-17.
- Gerencie.com. (2017). *Qué es la rentabilidad*. Obtenido de Gerencie.com: <https://www.gerencie.com/rentabilidad.html>
- greatplacetowork. (2018). *Greatplacetowork*. Obtenido de Greatplacetowork: <https://greatplacetowork.com.mx/certificaciones/como-certificarte/>
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Interamericana Editores.
- Maldonado, H. Y. (2013). La satisfacción laboral como dimensión de la felicidad. *Ciencia & trabajo*, 94-102.
- Maslow, Abraham. (1943). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: ww.gestiopolis.com
- Onelink. (2019). *Onelinkbpo*. Obtenido de <https://onelinkbpo.com/es>
- P. B, H. (s.f.). *La Felicidad en El Trabajo Happy Companies*. Obtenido de Cámara de Comercio de Buga: <https://bit.ly/3EuFvn3>
- Portada Etimológica. (s.f.). *Felicidad*. Obtenido de Portada Etimológica: <http://etimologias.dechile.net/?felicidad>

-
- RAE. (2017). *Real academia de la lengua española*. Obtenido de Real academia de la lengua española: www.rae.es
- Robbin. (2010). *Comportamiento Organizacional: conceptos, controversias y aplicaciones*. Edit. Prentice Hall Hispanoamericana SA.
- Significados.com. (s.f.). *Qué es Felicidad*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/felicidad/>
- sites.google. (1700). *La Felicidad, Dios de Felicidad, Convierte tu vida en una experiencia extraordinaria. Te invita la Iglesia de la Orden Magna OM Universal*. Obtenido de Sites.google: <https://bit.ly/3xUKMC5>
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Universidad de antioquia.
- Tamayo, M., & Tamayo. (2004). *El proceso de la investigación científica*. Mexico-España-Venezuela-Colombia: Limusa Noriega editores.