

Tema: La felicidad como parte de la estrategia en las instituciones de Educación Superior.

Lcdo Rolando Alvarez Beltrán MSc

Introducción

Las empresas y en particular las instituciones de educación superior dependen para su éxito, en gran parte, de la estabilidad de su personal docente y administrativo, de la innovación y de la creatividad, como elementos diferenciadores que se constituyan en ventajas competitivas ante la sociedad, por lo que deben centrar su estrategia en contar con clientes internos y externos “felices”, en la atención priorizada al talento humano, donde se construya un entorno adecuado de trabajo, un buen clima laboral y una cultura laboral positiva.

La felicidad institucional está relacionada con la decisión consciente y formal de parte de la más alta dirección, de producir este resultado para las instituciones, por lo que debe ser parte de la estrategia institucional, ya sea en su planificación estratégica, o como una planificación paralela sobre esta temática.

Cada vez más, las instituciones buscan que sus grupos de interés puedan sentirse más felices y sus empleados menos estresados en su lugar de trabajo.

En Harvard el curso de más popularidad y éxito, más que los de economía de los cuales son los grandes especialistas, es sobre felicidad.

En el presente trabajo tiene como propósito analizar los aspectos más generales de la felicidad institucional a partir de un ciclo que comprende a, los promotores la dirección institucional, los clientes, la propia institución y su relación con la planificación y el control institucional, además de motivar el desarrollo de este tema en cada una de las instituciones.

Desarrollo:

Algunos autores han escrito sobre la felicidad y han dado diferentes denominaciones, entre ellas felicidad institucional, felicidad organizacional, felicidad corporativa, etc.

Fernandez (2015), plantea que la felicidad organizacional es la capacidad de una organización para ofrecer y facilitar a sus trabajadores las condiciones y procesos de trabajo que permitan el despliegue de sus fortalezas individuales y grupales, para conducir el desempeño hacia metas organizacionales sustentables y sostenibles, construyendo un activo intangible difícilmente imitable que genera una ventaja competitiva.

Mujica (2017), va mucho más allá de definir felicidad empresarial, sino que expresa que la misma es un ciclo, que se define de la siguiente forma:

“Es una metodología mediante la cual podemos crear un estado de felicidad en cada uno de los actores de la empresa, fruto de un ambiente de colaboración sistemático que produzca un estado de prosperidad y abundancia para cada uno de los integrantes de la empresa”

Este ciclo, se muestra en la figura No. 1

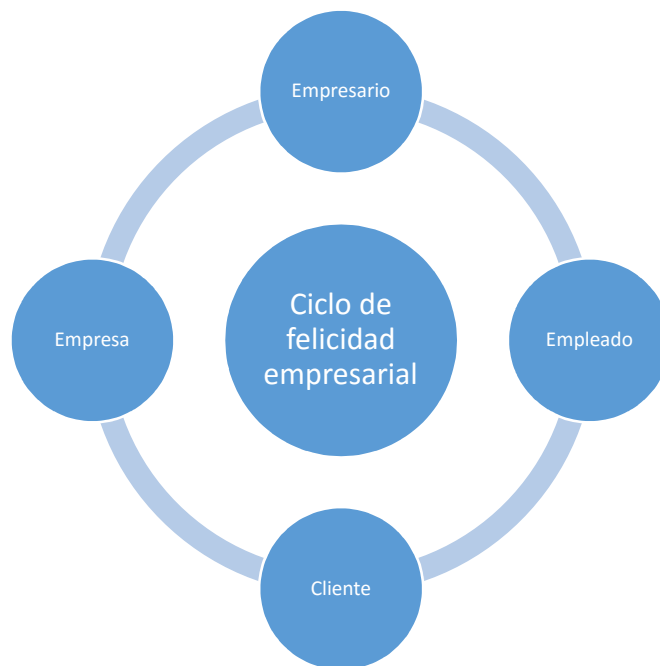


Figura No 1

En ciclo de la figura No 1 , según Mujica (2017), “cada actor solo puede hacer feliz al actor que le sigue en la dirección de izquierda a derecha”

Si ajustamos este ciclo, a nuestro instituto, la versión podría ser como sigue (figura No 2)

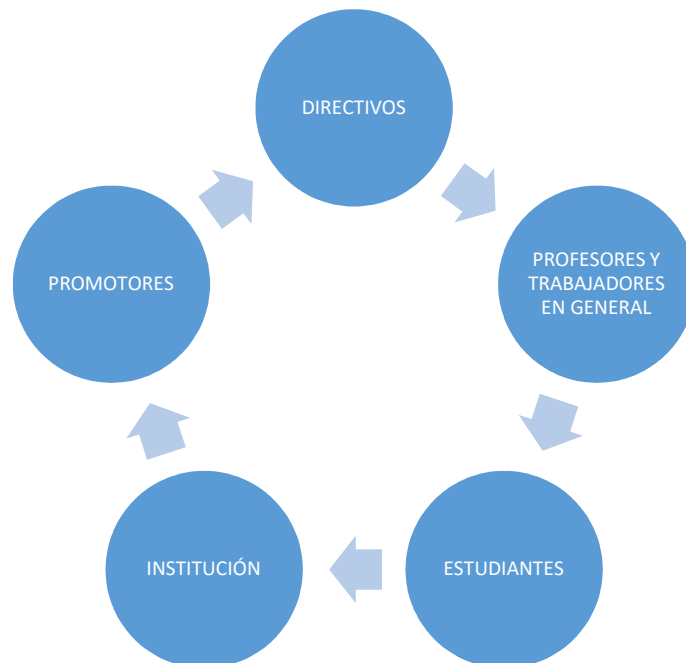


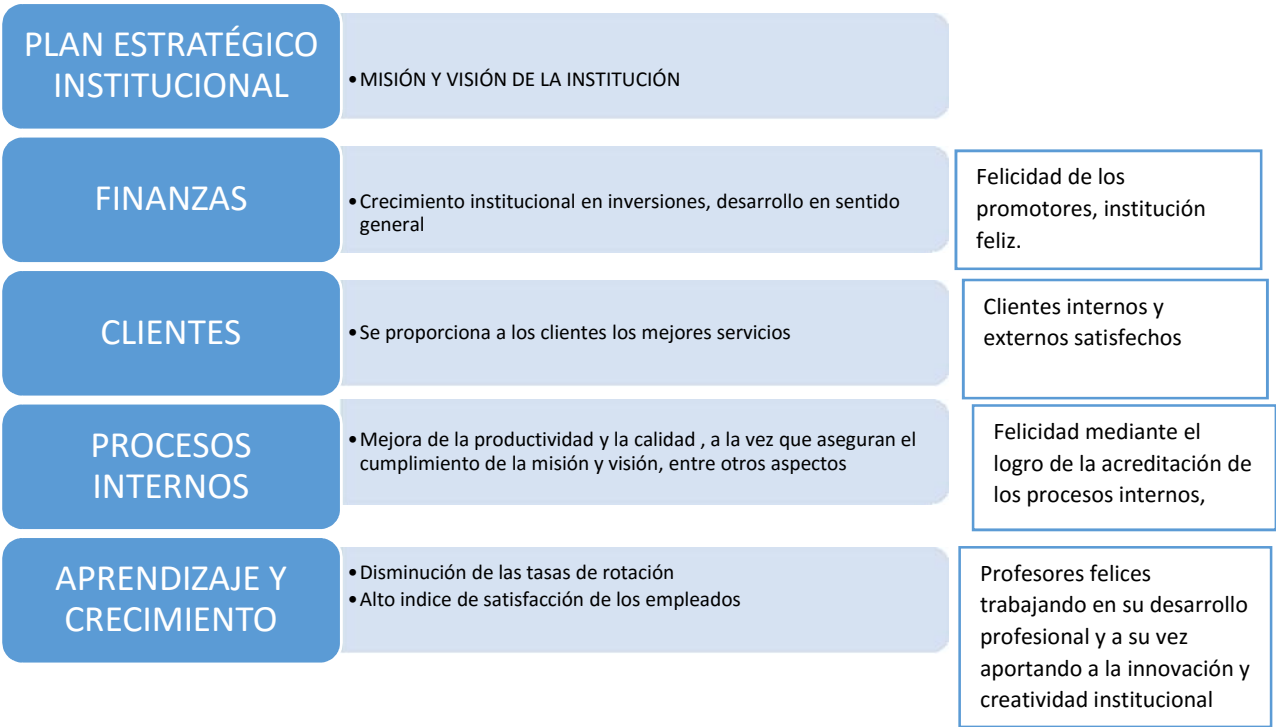
Figura No 2

Sigamos entonces la ruta del ciclo, para destacar alguna de las acciones que proporcionan un estado de felicidad en cada uno de ellos, fruto de un ambiente de colaboración y entendimiento.

QUIENES PUEDEN HACER FELICES A CADA UNO DE LOS ACTORES MENCIONADOS:



La situación entonces es, como poder implementar las acciones de cada uno de los actores para poder satisfacer a los otros actores. A partir de la planificación estratégica, estas acciones pueden ser insertadas en la misma. Tomemos como ejemplo el cuadro de mando integral del instituto, en sus relaciones causa efecto, que es uno de los modelos de gestión que traduce la estrategia en objetivos relacionados entre sí.



Por otra parte, según Morán (2017), todas las empresas están teniendo que manejar un “ecosistema” debido al cambio generacional e identifica, al menos cinco grupos, dentro de los cuales tenemos los tradicionalistas o veteranos (trabajadores de más de 60 años) , Baby Boomers (nacidos entre los años 40 y 60), Generación X (nacidos entre los años 1965 al 1979), Generación Y (nacidos entre 1980 al 1995) y la generación Z (nacidos del 2000 en lo adelante).

Esta mezcla de edades trae experiencias y aspiraciones diferentes, ya que tienen diferentes percepciones en lo relacionado con la satisfacción laboral, que pueden conducir a enfrentamientos debido a las diferentes formas de pensamiento, modelo de organización, y valores personales...por ello, resulta importante crear climas laborales favorables e intencionados desde la planificación institucional, para la convivencia dentro de la organización que tribute a la innovación, la creatividad y el crecimiento institucional.

Conclusiones

Resulta muy importante en toda institución tener en cuenta la “felicidad empresarial” o “felicidad institucional”, o cualquier otro concepto que se dirija a la satisfacción por parte de los grupos de interés por todo lo que se hace, como parte de una cultura organizacional que contribuya al cumplimiento de la misión y la visión, a la creatividad, la innovación y al crecimiento institucional.

Es posible desde la planificación estratégica y de un cuadro de mando integral, como herramienta de gestión de la estrategia, incluir actividades e indicadores explícitos o no, que contribuyan a mantener este clima de felicidad en la institución donde todos los actores tengan su espacio, el estímulo correspondiente y donde el trabajo en equipo sea una práctica diaria entre todos.

Un aspecto importante tratado en el trabajo resulta ser el identificar los grupos generacionales y dar un tratamiento adecuado y personalizado a sus intereses y aprovechar al máximo las potencialidades y experiencias de cada uno de ellos en función del mejoramiento continuo de la institución.

Por último, si comenzamos a trabajar la dirección de establecer un buen ambiente laboral, este contribuirá a mejorar el ánimo o actitud de las personas, disminuir el estrés, y a crear un estado de felicidad, como consecuencia del ambiente de colaboración que se establecerá, tanto horizontal como vertical en toda la estructura de la empresa

Bibliografía

Fernandez I, Felicidad organizacional, Universidad Adolfo Ibáñez (2015)

Mujica, O El ciclo de la felicidad empresarial: Como crear un ambiente de felicidad y prosperidad en la empresa para todos. Recuperado el 8 de septiembre de 2017 de:

<https://es.linkedin.com/pulse/el-ciclo-de-la-felicidad-empresarial-omar-mujica>

Alvarez R, Diseño de un cuadro de mando integral en el tecnológico Almirante Illingworth. Vicerrectorado, Guayaquil, Ecuador, Julio 2017

Moran,D Diversidad generacional, Faculty ESI; School of Management, Guatemala, 2017.