

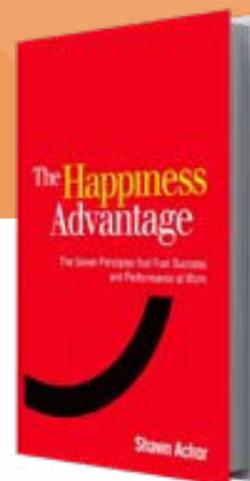
GRANDES LIBROS DE MANAGEMENT

Modera: Carlos M. Moreno, PhD
Presenta: Oriol Carbonell, Dir. RRHH
Freudenberg Performance

**“The Happiness Advantage:
The Seven Principles of Positive
Psychology that Fuel Success and
Performance at Work”**

Shawn Achor

Random House, Inc., New York. (USA)



EL AUTOR.

Shawn Achor. (Waco, Texas, 1945) Es autor, internacionalmente reconocido por ser experto en el desarrollo del potencial humano. Ha sido conferenciante en más de cuarenta y dos países. Graduado en Harvard en Lengua y Literatura Inglesas. Obtuvo un Máster en Ética cristiana y budismo en la misma Universidad y desde el año 2000 hasta la actualidad ha sido investigador en esta Universidad. Su línea de investigación es la Psicología Positiva. Discípulo de Tal Ben-Shahar ha escrito, entre otros libros, *The Happiness Advantage* (2010), *Before Happiness* (2013) y *Big Potential* (2018). En 2007, fundó GoodThinkInc y es Chief Experience Officer en BetterUP desde 2014.

Referencias sobre el autor

<https://www.linkedin.com/in/shawnachor>

Sitios web

goodthinkinc.com

https://www.ted.com/talks/shawn_achor_the_happy_secret_to_better_work

EL LIBRO: Estructura y una valoración.

Estructura

El libro arranca con una dedicatoria del autor a sus padres que, por el mensaje que transmite, vale la pena señalar: *“To my parents, both teachers, who have dedicated their lives to the belief that **we can all shine brighter**”* (la negreta es nuestra).

El libro se estructura en tres grandes partes. Cada una de ellas contiene una serie de epígrafes donde se despliega el contenido. Muchos de ellos, además de anunciar lo que se va a desarrollar, en sí mismos son ideas que incitan al potencial lector a pararse, a detenerse un momento a reflexionar. Algunos ejemplos de estos epígrafes son: “From posible to probable”, “From Information to transformation”, “More than 24 hours in a day?”, “Crisis as catalyst”, “You can’t sprint your way to a marathon” y “They excel with a little help from their friends”.

La Parte I **-Positive Pschylogy at Work-** contiene la *Introducción* y tres apartados: El 1, es “Discovering the Happiness Advantage; en el 2, se refiere a “The Happiness Advantage at Work” que da título al libro y donde se anuncian los siete principios; en el 3 se explicita que un “Change is Possible”. En la Parte II, se desarrollan **los siete principios** que son: El primero, The Happiness Advantage; el segundo, “The Fulcrum and the Level”; el tercero, “The Tetris Effect”; el cuarto, “Falling Up”; el quinto, “The Zorro Circle”; el sexto, “The 20-Second Rule” y el séptimo, “Social Investment”. Esta parte, es la central del libro y en ella se explican los siete principios. La Parte III, es **The Ripple Effect**. El libro finaliza con notas de sus distintas partes, un índice alfabético de libros, conceptos y autores al que le siguen los reconocimientos del autor.

Una valoración

Este es un libro donde se recogen tres elementos básicos fruto del trabajo del autor. El primero, es el resultado de sus años de investigación en Psicología Positiva. Está enfocado, sobre todo, en la cuestión de la felicidad y se presentan además investigaciones de otros autores en este campo. Por ejemplo las del que fue su maestro en Harvard o las de quienes se consideran dos de los autores mundiales más prestigiosos en esta área de investigación, como son Daniel Goleman o Martin Seligman. El segundo elemento detalla situaciones y anécdotas que Achor ha vivido tanto como conferenciante por todo el mundo y como consultor de empresas. El libro está salpicado con algunas de estas situaciones y experiencias fruto de esta faceta del autor. En tercer lugar, el último y no menos importante (siguiendo la tradición familiar), recoge reflexions sobre su faceta de docente durante tantos años. Las conversaciones con sus estudiantes le han permitido potenciar los dos elementos básicos. Todos ellos van saliendo indistintamente a lo largo de estas páginas, haciendo de la lectura de este libro, una oportunidad para intentar aplicar en nuestro trabajo y nuestra vida la felicidad como una ventaja ‘competitiva’ humana.

ALGUNAS AFIRMACIONES DEL LIBRO. A modo de resumen para comentar.

a. “Too focused on the negative”.

¿Estamos demasiado enfocados en lo negativo? ¿Puede comentar alguna situación referida a su empresa donde se haya revertido una situación negativa?

b. “...best way to motivate employees is not bark orders and foster a stressed and fearful workforce.” (pos.m239)

En su experiencia de más de veinte años como director de personas, ¿cuál es la mejor manera para motivar a empleados/colaboradores? ¿Nos puede poner algún ejemplo?

c. “The more we can align our daily tasks with our personal vision, the more likely we are to see work as a calling.” (pos. 1205)

¿Hasta qué punto se puede constatar cuando un empleado/colaborador ve su trabajo como una ‘llamada’ o una ‘vocación’?

d. “You can have the best job in the world, but if you can’t find the meaning in it you won’t enjoy it”. (pos. 1233)

Todos tenemos en mente el libro tan maravilloso de V. Frankl “El hombre en busca de sentido”, ¿es el ‘sentido’ lo que nos permite ‘disfrutar’ del trabajo? ¿La empresa tiene un sentido que permite ‘disfrutar’ a sus trabajadores? ¿Está relacionado el ‘sentido’ con el ‘propósito’ término tan en boga hoy en día en las organizaciones?

e. “As the leaders go, so go their employees” (pos. 1285)

¿La empresa es reflejo de sus líderes? ¿Hasta qué punto es así, si lo es...? ¿Pueden los colaboradores ‘moldear’ a sus líderes?

f. “...great suffering or trauma can actually lead to great positive change across a wide range of experiences...” (pos. 1684)

El ‘sufrimiento’, como sabemos, es algo muy humano que, a veces, en la vida nos acompaña. De este tema se habla poco en la empresa. Cuando en la empresa se sufre o se pasa mal, ¿puede ser, como dice el autor, un cambio para/en positivo?

g. “The most successful people see adversity not as a stumbling block, but a stepping-stone to greatness” (pos. 1706)

¿Nos podría poner un ejemplo de cómo una ‘adversidad’ en su empresa ha llevado a un ‘éxito’ o ha generado un paso hacia adelante en un colaborador o en la organización?

h. “70 years of evidence that our relationships with other people matter, and matter more than anything else in the world” (pos. 2713)

Si las relaciones con otra gente importan, ¿cómo se establecen las ‘relaciones’ en la empresa? ¿Nos podría poner algún ejemplo en concreto?

i. “Other companies, like Southwest Airlines, Domino’s Pizza, and The Limited, have set up programs that foster social investment”. (pos. 2895)

Uno de los factores para obtener “la felicidad como ventaja” es la inversión en capital social, ¿nos podría comentar alguna acción, en concreto, de su empresa al respecto?

j. “My supervisor, or someone at work, seems to care about me as a person”, those who agreed were found to be more productive, contributed more to profits, and were significantly more likely to stay with their company long-term”. (pos. 2944)

¿Cómo ‘cuidar’ a los empleados/colaboradores? ¿Nos podría apuntar algún ejemplo?

k. “Forging a connection requires active listening -giving someone your full attention and also allowing them to have their say” (pos. 3022)

¿Hay tiempo en la empresa para la escucha activa/atenta?

CODA FINAL

“The point is, the more social support you have, the happier you are”. (pos. 2732)

“The Happiness Advantage starts at a different place. It asks us to be realistic about present while maximizing our potential for the future. It is about learning how to cultivate the mindset and behaviors that have been empirically proven to fuel greater success and fulfillment. It is a work ethic. (pos. 3066)

“By making changing within ourselves, we can actually bring the benefits of the Happiness Advantage to our teams, our organization, and everyone around us”. (pos. 3052)