ARHITAC

EVOLUTIO

conciencia y potencial humano

CONGRESO
de capital humano 2018

BIENVENIDOS

ARHITAC

EVOLUTIO
conciencia y potencial humano

CONGRESO
de capital humano 2018

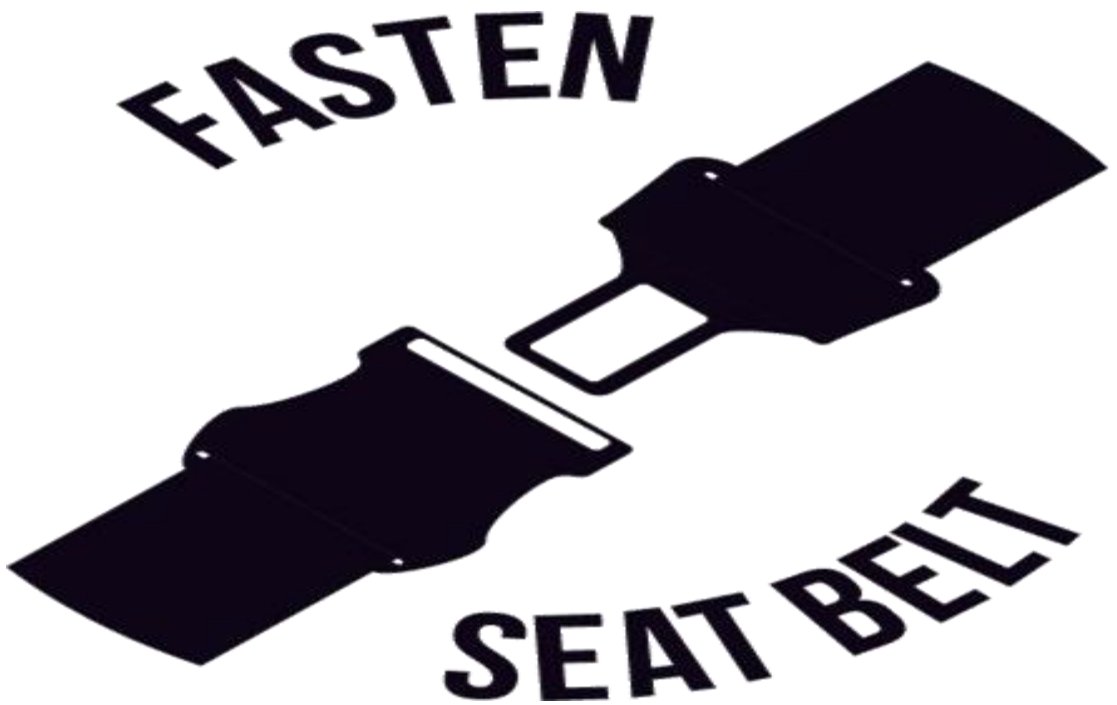
La felicidad en el trabajo, tu nuevo futuro laboral

La supervivencia exige evolución... y la evolución exige cambio

ARHITAC

EVOLUTIO
conciencia y potencial humano

CONGRESO
de capital humano 2018



La supervivencia exige evolución... *y la evolución exige cambio*

¿Qué te hace feliz en el trabajo?

ARHITAC

Reflexiona:

¿De verdad te gusta lo que haces?

- ¿Trabajas con gentes estupenda?
- ¿Sabes que lo que haces es importante?

¿Se te aprecia por tu trabajo?

- ¿Te diviertes trabajando?
- ¿Aprendes y creces?

¿Tu trabajo tiene sentido?

- ¿Te sientes motivado y lleno de energía?
- ¿Puedes asumir responsabilidades?

ARHITAC

EVOLUTIO
conciencia y potencial humano

CONGRESO
de capital humano 2018

La supervivencia exige evolución... y la evolución exige cambio

Encuesta: 17 mil latinoamericanos (OCDE-2017)

1. ¿Eres feliz en tu trabajo?

41% Son Felices
34% Insatisfechos

2. ¿Crees que serás feliz en tu trabajo en un futuro??

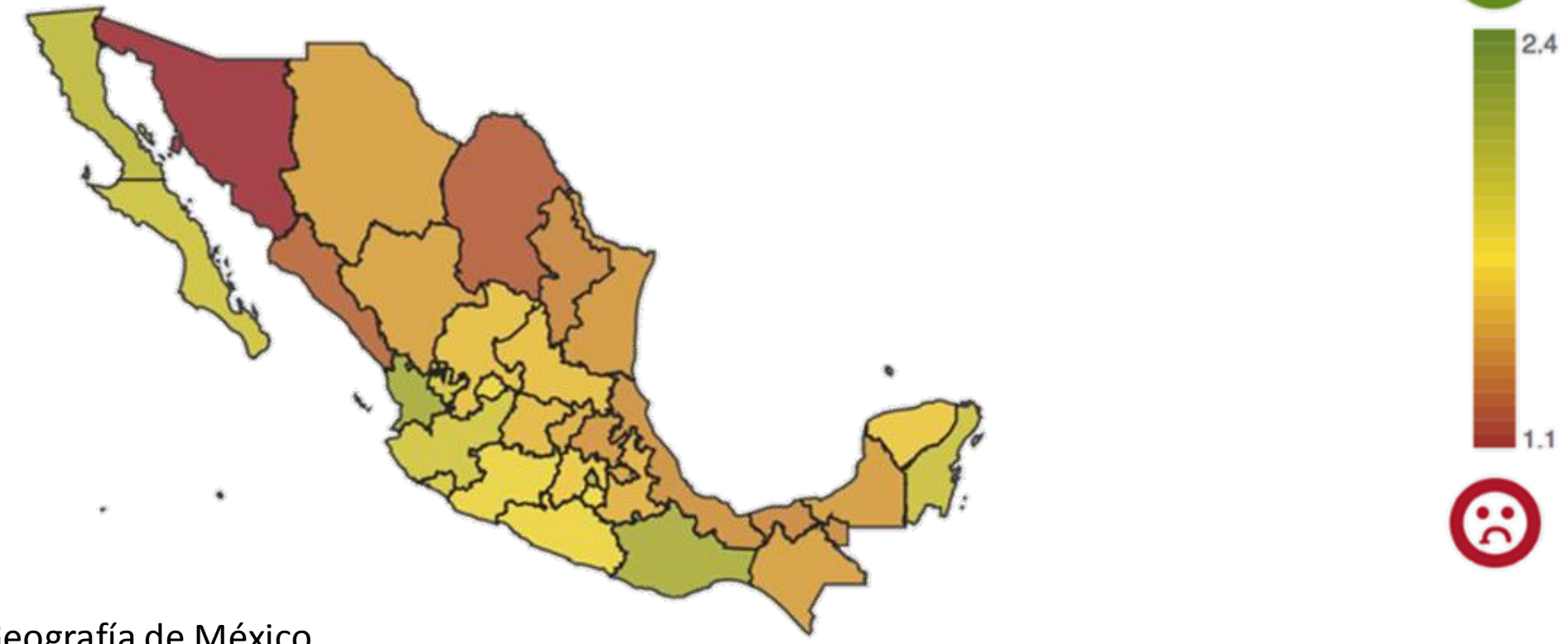
55% Si

Condición humana a pensar que en el futuro va a ser más feliz en su trabajo que en el presente.

3. ¿Qué es lo que te hace feliz en tu trabajo?

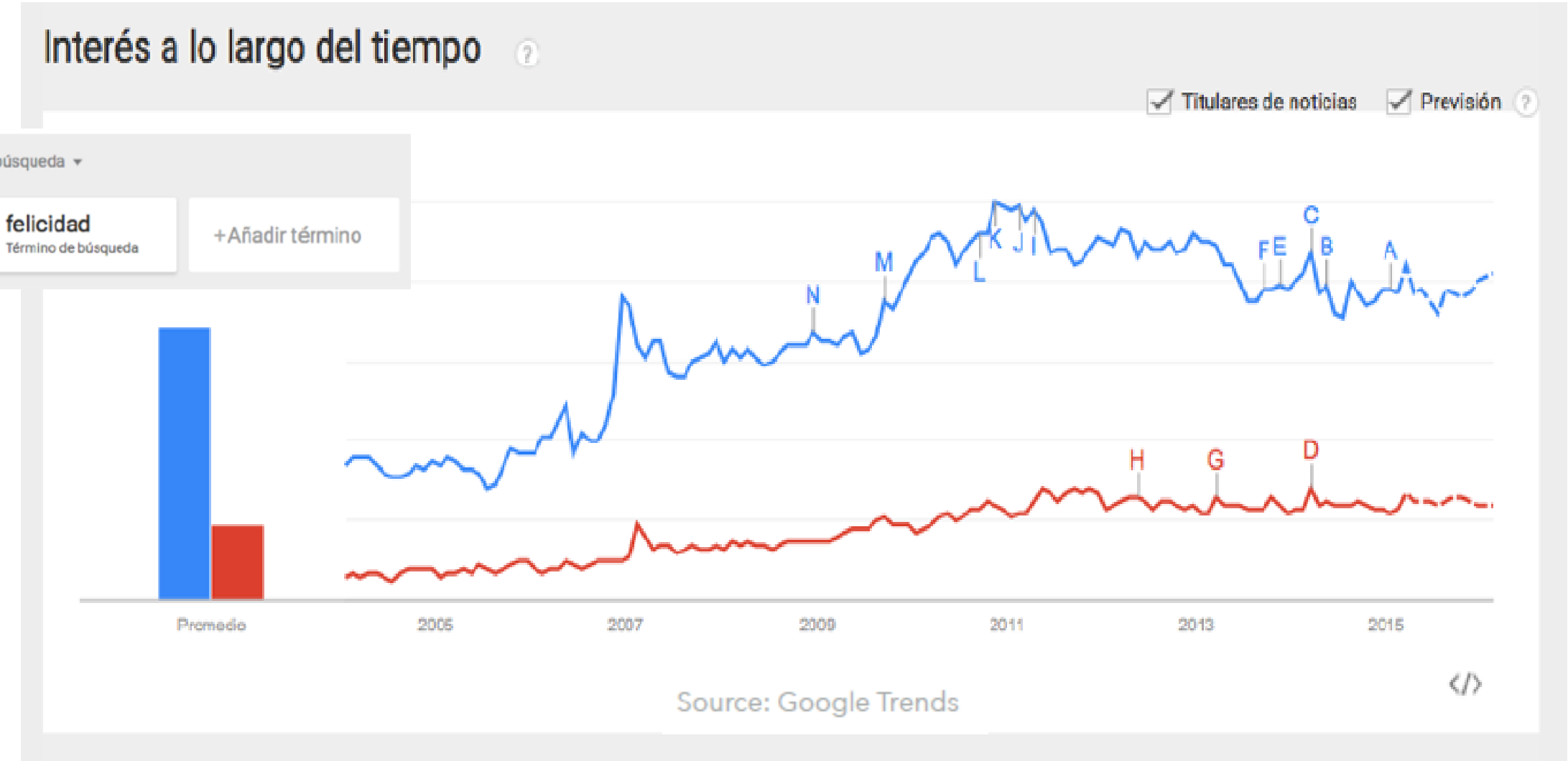
45% Ambiente Laboral Sano
28% Seguridad económica

¿Y en México?

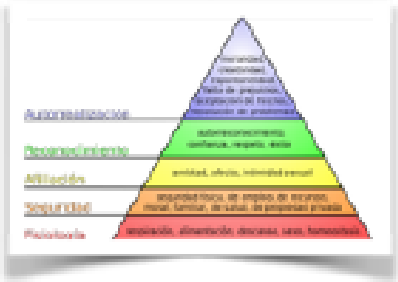


Inst. Nac. de Estadística y Geografía de México

La Felicidad, ¿está de moda??



La Felicidad, ¿está de moda??



Maslow

Psicología positiva

Concepto "Flourishing"

Well-being theory

1954 | 1980-90s | 1998 | 2005 | 2012

Flow

Set point "50+10+40"

Positive emotions
placer
felicidad
emoción
satisfacción

Engagement
La combinación de pasión y concentración crea un estado de absorción en la actividad

Relationships
Busca relaciones auténticas.

Accomplishments
La búsqueda del dominio y del éxito

Meaning
Encuentra dónde sumar.

P E R M A

Freepik (happy usuario

La supervivencia exige evolución... y la evolución exige cambio

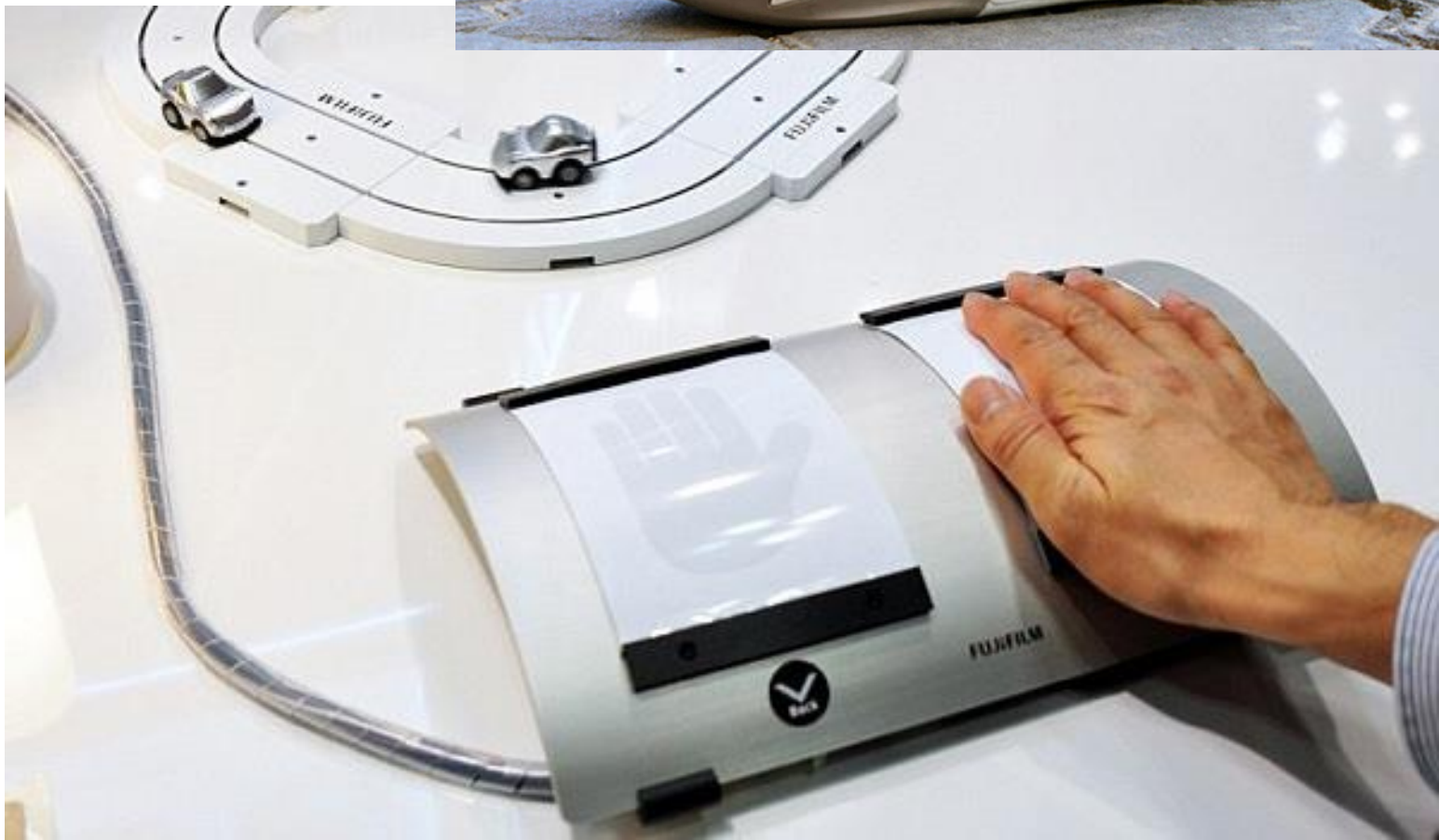
ARHITAC

La nueva PIRÁMIDE de necesidades by MASLOW

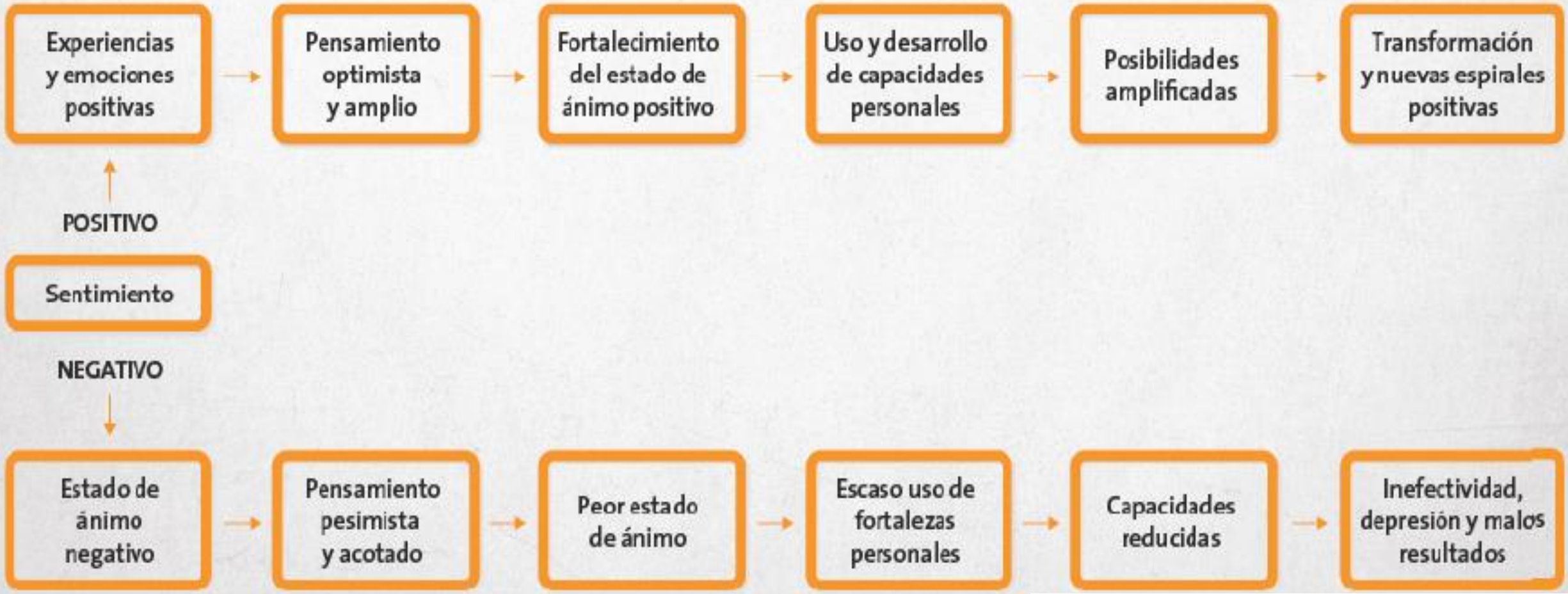
La supervivencia exige evolución... y la evolución exige cambio

BikeCHARGE
TIGRA

POWER BANK
ZOOM


FUJIFILM

Impacto de las emociones



Adaptación de la Teoría de la apertura y el desarrollo de Barbara Fredrickson

En Harvard se aprende a ser feliz

Es la clase más popular de la Universidad de Harvard. Son muchos los estudiantes que quieren inscribirse en la materia que dicta el profesor Tal Ben-Shachar, quien enseña a sus alumnos cómo aprender a ser más felices.

EVOLUTIO
conciencia y potencial humano

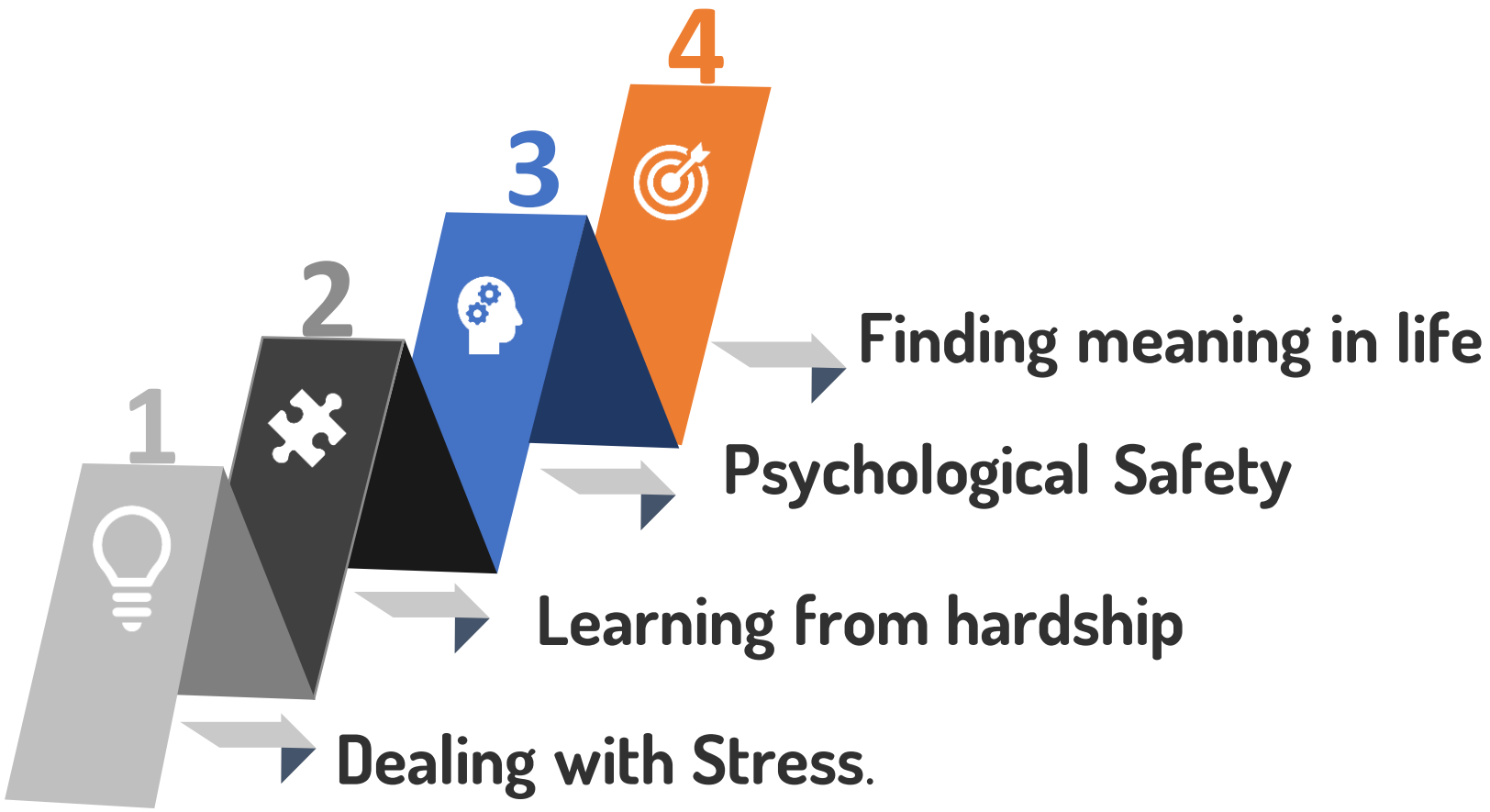
CONGRESO
de capital humano 2018

ARHITAC

Felicidad es...

Estado de plenitud y equilibrio como ideal de realización y bienestar y que combina una justa proporción entre lo que se es, lo que se tiene y lo que se anhela.

¿Qué mueve a la felicidad?



TAL BEN SHAHAR
Ciencia de la Felicidad

¿Qué mueve a la felicidad?

ARHITAC

1

Dealing with Stress.

¿Qué mueve a la felicidad?

ARHITAC

Dealing with Stress.

La supervivencia exige evolución... y la evolución exige cambio

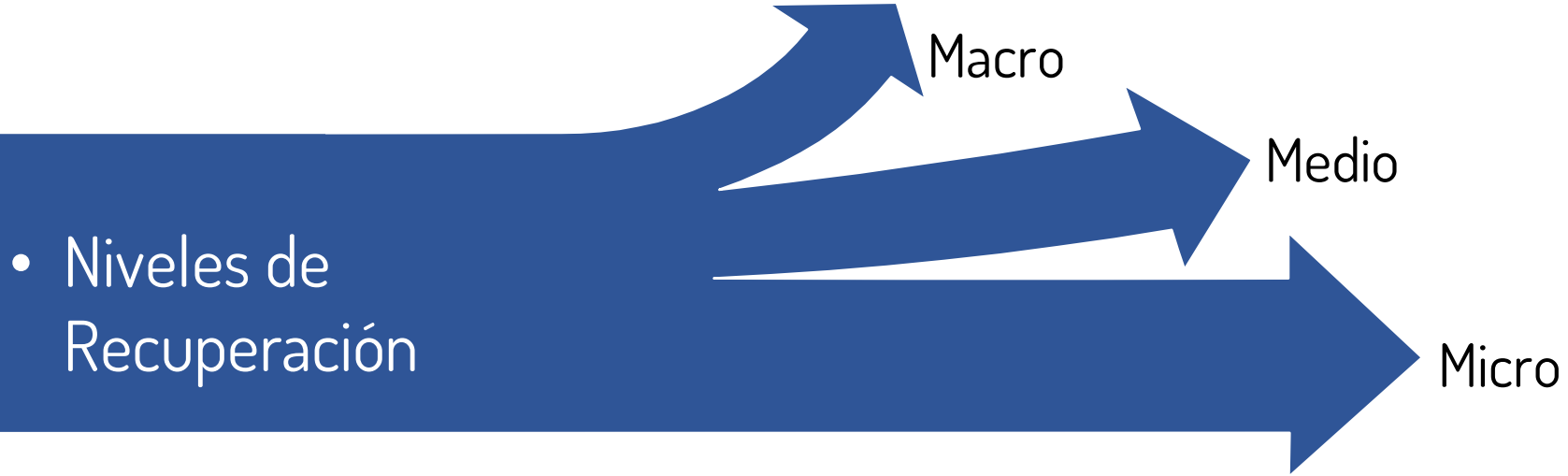
ARHITAC

¿Qué mueve a la felicidad?

1 Dealing with Stress.

¡El problema NO es el estrés!

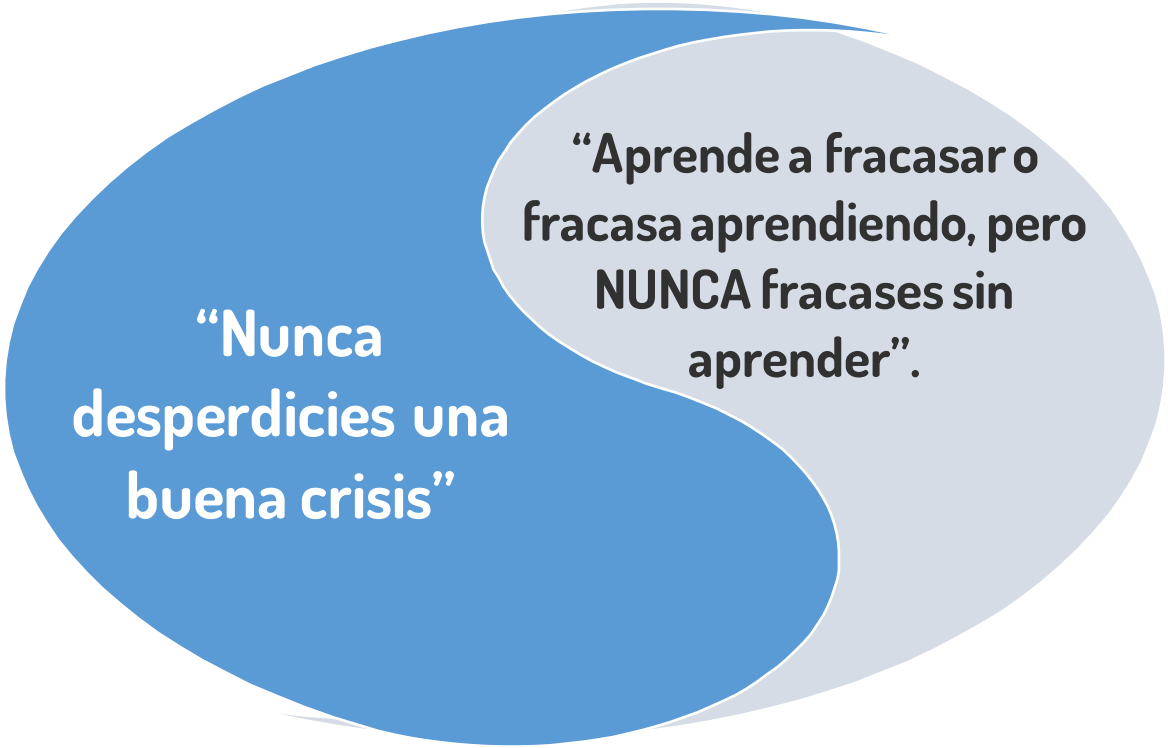
El problema es el TIEMPO DE RECUPERACIÓN



- Niveles de Recuperación

¿Qué mueve a la felicidad?

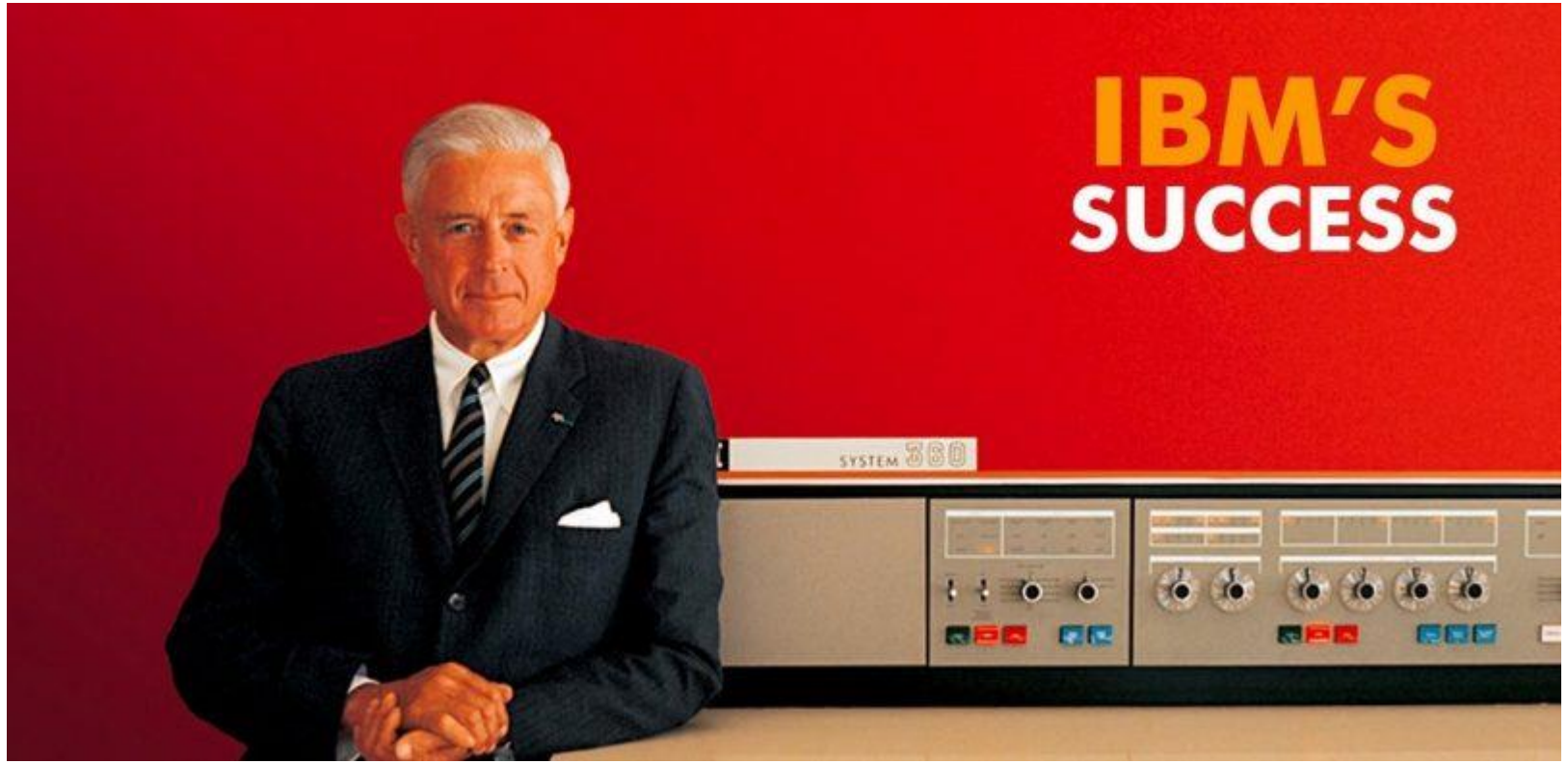
Learning from hardship



ARHITAC

3 Psychological Safety

¿Qué mueve a la felicidad?

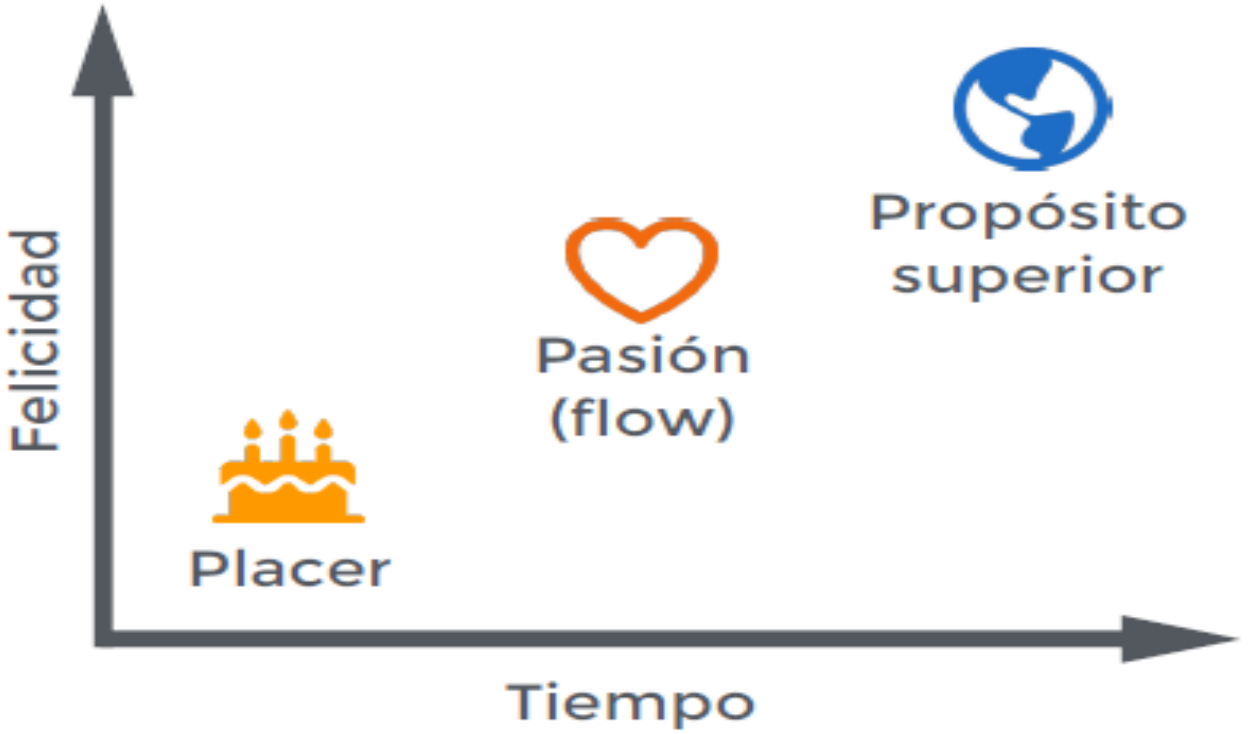


Thomas John Watson:
"Si tu quieres ser más exitoso, debes permitir a tu equipo equivocarse".

¿Qué mueve a la felicidad?

4

Finding meaning in life



	Motivación	Trabajo como…	Expectativa	En busca de …
JOB	Dinero	Chore / necesidad	Ninguna	Viernes / vacación
CAREER	Dinero y avanzar en el puesto	Carrera (Race)	Prestigio y poder	Próxima promoción
CALLING	El trabajo en sí mismo / self-concordant goals	Misión / vocación / pasión / privilegio	Un mejor mundo/ plenitud	Más trabajo

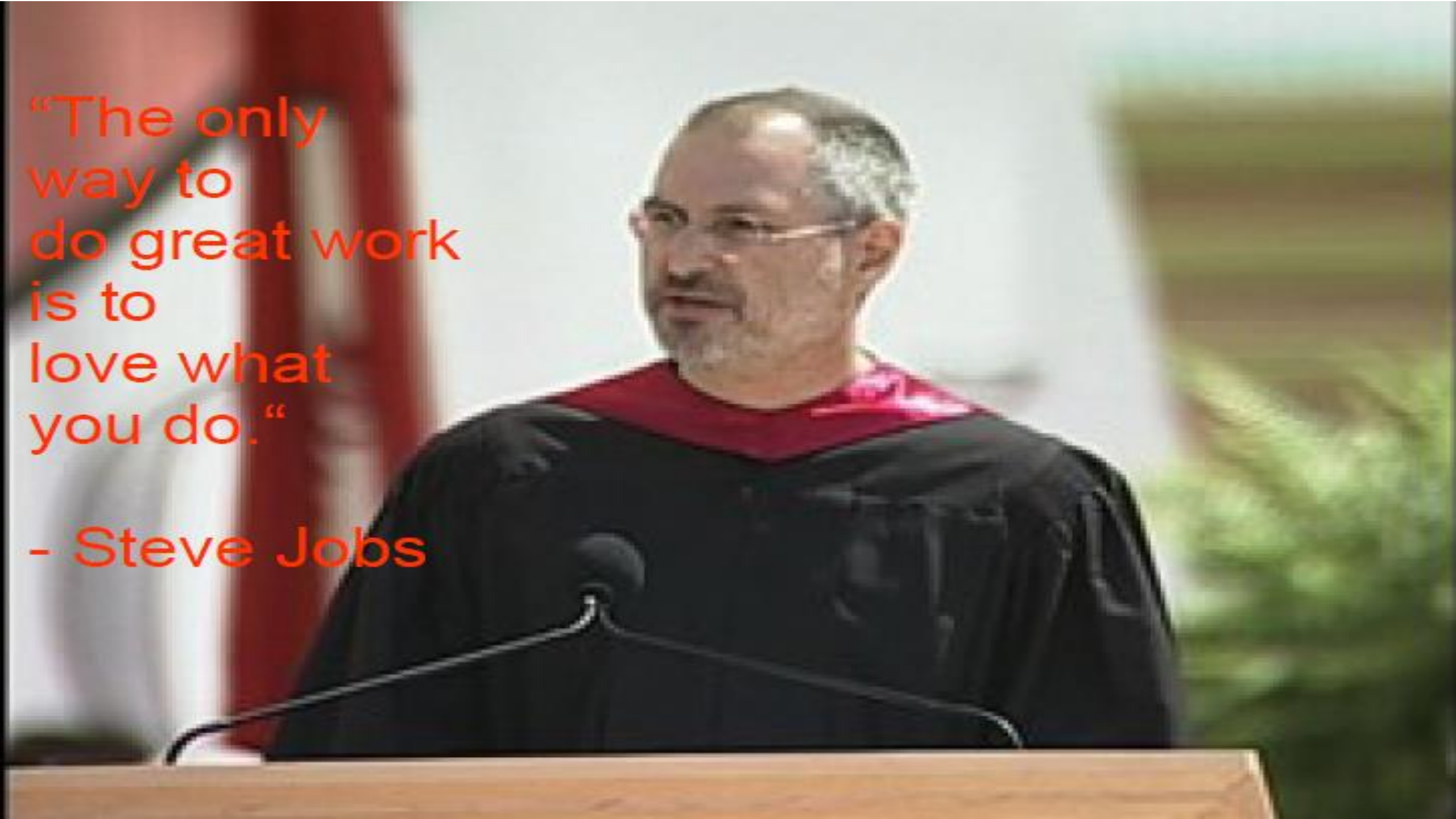
ARHITAC

1 ¿Cuál es la huella que quiero dejar en el mundo?

2 ¿Cómo se alinea esto a la huella que está dejando mi empresa?

3 ¿Cuál es mi contribución?

La supervivencia exige evolución... y la evolución exige cambio


“The only
way to
do great work
is to
love what
you do.“
- Steve Jobs

Liderazgo = Firmeza + Cercanía

Qué ROL FIRME	Cómo ACTITUD CERCANA
Exigente y claro	Horizontal
Con diagnóstico realista	Positiva
Con sentido de urgencia	Conectada y participativa
Sobrecarga la organización	Apreciativa
Genera tensión creativa	Centrada en lo que funciona
Orientado a la ejecución	Productora de energía
Crea nuevos desafíos	Visualiza el futuro

El nuevo Rol del Líder

La supervivencia exige evolución... y la evolución exige cambio

EMPRESA MULTIGENERACIONAL

Características	Tradicionalista (pre-1945)	Baby Boomers (1946-1960)	Generación X (1961-1980)	Generación Y Millenials (1981-1995)	Generación Z (1996 y 2018)
	73 AÑOS HACIA ARRIBA	72 A 58 AÑOS	57 A 38 AÑOS	37 A 23 AÑOS	22 AÑOS HACIA ABAJO

Características	Tradicionalista (pre-1945)	Baby Boomers (1945-1960)	Generación X (1961-1980)	Generación Y Millenials (1981-1995)	Generación Z (1996 y 2016)
Experiencias formativas	2ª Guerra Mundial Rock & Roll	Kennedy (t) Guerra de Corea Woodstock Orientación a la familia	Martin Luther King (t) Caída muro Berlín Tecnología móvil	Play Station Social Media Google Earth	Calientamiento Global Cloud Influenza Falta credibilidad en los gobiernos
Aspiraciones	Ser dueños de una casa	Seguridad Laboral	Balance profesional y personal	Libertad y flexibilidad	Seguridad y estabilidad
Actitud hacia la tecnología	No la hubo	Adaptación	Inmigrantes digitales	Nativos digitales	Dependientes al 100% de IT
Actitud hacia su carrera profesional	Trabajar para vivir	Las carreras son definidas por los empleadores	Lealtad a la profesión, no necesariamente al empleador	Emprendedores digitales, trabajan con las empresas no para ellas	Carreras multitasking

Características	Tradicionalista (pre-1945)	Baby Boomers (1945-1960)	Generación X (1961-1980)	Generación Y Millenials (1981-1995)	Generación Z (1996 y 2016)
Producto clave	Auto	Televisión	Computadora personal	Tablet Smart Phone	Nano PC Impresión 3D
Medios de comunicación	Cartas	Teléfono	E-mail y mensajes de texto	SMS Social Media	Comunication devices
Forma de comunicación	Cara a cara	Cara a cara pero el teléfono y correo es requerido	Mensajes de texto o mail	Online: Skype, Yammer	Aplicaciones Facetime Instangram
Esperanza de vida en México al nacer	EV =59 años	EV = 71 años	EV = 72 años	EV = 74 años	EV = 80 años
Divorcios (por cada 100 matrimonios)	No registrados	2	3.2	7.4	17

Tradicionalista (pre-1945)

- Dedicación
- Sacrificio
- Respeto a la autoridad
- Contacto
- Responsable
- Leales
- Trabajan duro
- Tiende una fuerte propensión al ahorro y una baja propensión al consumo
- Respeta y admira las mismas reglas para todos.
- Es una generación no muy proclive al cambio en los entornos en los cuales se desarrolla.
- ***ESTREMADA RIGIDEZ AL CAMBIO***

Tradicionalista (pre-1945)	Baby Boomers (1945-1960)
•Dedicación •Sacrificio • Respeto a la autoridad • Contacto • Responsable • Leales • Trabajan duro • Tiende una fuerte propensión al ahorro y una baja propensión al consumo • Respeta y admira las mismas reglas para todos. • Es una generación no muy proclive al cambio en los entornos en los cuales se desarrolla. • ***ESTREMADA RIGIDEZ AL CAMBIO***	• Workaholic • Busca estatus • Calidad de vida • Exploran y son leales • Son seguros y tienen una gran autonomía. • La innovación no es su punto fuerte. • Acostumbrados a las evaluaciones de desempeño una vez por año y ***por escrito***, acompañada con un ***bonus en relación a ella***. • Valora **la productividad y no tolera el ocio**. El trabajo es lo más importante. • Es la generación que **tiene dificultades en su retiro , la**

Tradicionalista (pre-1945)	Baby Boomers (1945-1960)	Generación X (1961-1980)
•Dedicación •Sacrificio • Respeto a la autoridad • Contacto • Responsable • Leales • Trabajan duro • Tiende una fuerte propensión al ahorro y una baja propensión al consumo • Respeta y admira las mismas reglas para todos. • Es una generación no muy proclive al cambio en los entornos en los cuales se desarrolla. • ***ESTREMADA RIGIDEZ AL CAMBIO***	•Workaholic •Busca estatus •Calidad de vida •Exploran y son leales •Son seguros y tienen una gran autonomía. • La innovación no es su punto fuerte. • Acostumbrados a las evaluaciones de desempeño una vez por año y ***por escrito***, acompañada con un ***bonus en relación a ella***. • Valora **la productividad y no tolera el ocio**. El trabajo es lo más importante. • Es la generación que **tiene dificultades en su retiro , la**	•Impaciente •Self-branding •Flexible •Variedad •Conservan lo bueno de ambas generaciones: su compromiso e innovación. •Preocupados por el mundo. •El ocio significa salir y encontrarse con personas y disfrutar del aire libre, paseos, andar en patines y el billar . •No viven de los grandes proyectos en el largo plazo.

Tradicionalista (pre-1945)	Baby Boomers (1945-1960)	Generación X (1961-1980)	Generación Y Millenials (1981-1995)
•Dedicación •Sacrificio • Respeto a la autoridad • Contacto • Responsable • Leales • Trabajan duro • Tiende una fuerte propensión al ahorro y una baja propensión al consumo • Respeta y admira las mismas reglas para todos. • Es una generación no muy proclive al cambio en los entornos en los cuales se desarrolla. • ***ESTREMADA RIGIDEZ AL CAMBIO***	•Workaholic •Busca estatus •Calidad de vida •Exploran y son leales •Son seguros y tienen una gran autonomía. • La innovación no es su punto fuerte. • Acostumbrados a las evaluaciones de desempeño una vez por año y ***por escrito***, acompañada con un ***bonus en relación a ella***. • Valora **la productividad y no tolera el ocio**. El trabajo es lo más importante. • Es la generación que **tiene dificultades en su retiro , la**	•Impaciente •Self-branding •Flexible •Variedad •Conservan lo bueno de ambas generaciones: su compromiso e innovación. •Preocupados por el mundo. •El ocio significa salir y encontrarse con personas y disfrutar del aire libre, paseos, andar en patines y el billar . •No viven de los grandes proyectos en el largo plazo.	•Colaboración •Innovación •Integridad •Cuestiona •Busca hacer lo que l gusta •Altamente competitivos •Trabaja en equipo •No teme quedarse s trabajo •Buscador de nuevas oportunidades •Asumen los éxitos o los fracasos como ur unidad. •No se conforman co un sueldo a fin de mes. •Buscan sentirse valorados. •Necesita saber a

Tradicionalista (pre-1945)	Baby Boomers (1945-1960)	Generación X (1961-1980)	Generación Y Millenials (1981-1995)	Generación Z (1996 y 2016)
•Dedicación •Sacrificio • Respeto a la autoridad • Contacto • Responsable • Leales • Trabajan duro • Tiende una fuerte propensión al ahorro y una baja propensión al consumo • Respeta y admira las mismas reglas para todos. • Es una generación no muy proclive al cambio en los entornos en los cuales se desarrolla. • ***ESTREMADA RIGIDEZ AL CAMBIO***	•Workaholic •Busca estatus •Calidad de vida •Exploran y son leales •Son seguros y tienen una gran autonomía. • La innovación no es su punto fuerte. • Acostumbrados a las evaluaciones de desempeño una vez por año y ***por escrito***, acompañada con un ***bonus en relación a ella***. • Valora **la productividad y no tolera el ocio**. El trabajo es lo más importante. • Es la generación que **tiene dificultades en su retiro , la**	•Impaciente •Self-branding •Flexible •Variedad •Conservan lo bueno de ambas generaciones: su compromiso e innovación. •Preocupados por el mundo. •El ocio significa salir y encontrarse con personas y disfrutar del aire libre, paseos, andar en patines y el billar . •No viven de los grandes proyectos en el largo plazo.	•Colaboración •Innovación •Integridad •Cuestiona •Busca hacer lo que le gusta •Altamente competitivos •Trabaja en equipo •No teme quedarse sin trabajo •Buscador de nuevas oportunidades •Asumen los éxitos o los fracasos como una unidad. •No se conforman con un sueldo a fin de mes. •Buscan sentirse valorados. •Necesita saber a	•Conocidos como centeniales ó posmileniales. •Adolescentes y adultos jóvenes. •Siempre conectados. •Inclinados al mundo virtual. •Se habla de una escasez de habilidades interpersonales así como también la no importancia de los valores de la familia. • Muchos no creen vivir de acuerdo a las normas sociales. Su sociedad existe en Internet donde se abre su mente y expresan sus propias opiniones. •Viralizan luchas sociales y le dan voz a las injusticias gracias a las redes sociales. •Su entorno de aprendizaje los orienta a ser autodidactas y estar empapados de información. •Es difícil captar su atención y se preocupan por el medio ambiente y las personas. • Una gran mayoría aspira a tener su propia empresa y/o a poder vivir de sus hobbies. • Buscan trabajos flexibles, a distancia, y que les permitan realizar varias actividades a la vez.

6 Claves para Gestionar el talento Multigeneracional

TIP #1: Plan Semanal de la Felicidad en el Trabajo

1. Identificar tu propósito superior.
2. Pensar qué reconocimiento realizaste a tu colaboradores? ¿Qué elogio diste?
3. Medir tu semana acorde a los logros alcanzados.
4. Celebrar.
5. Enfocar en los "WOW's" para la siguiente semana.
6. Equilibrar prioridades.
7. Construir una Hoja de Ruta.

TIP #2: Hoja de Ruta

Escribe tres actividades de reconocimiento que hiciste esta semana que hizo a alguien feliz en el trabajo y en casa.

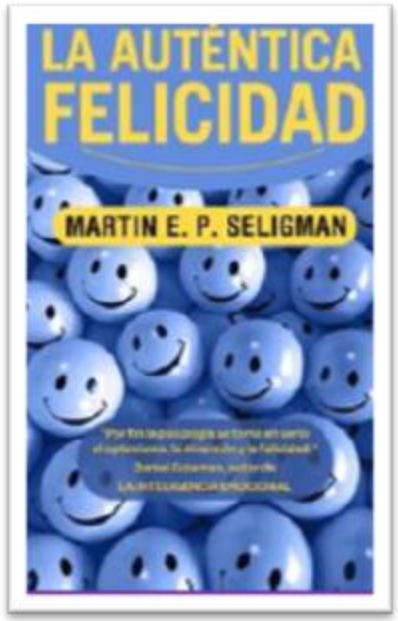
	Qué hiciste para hacer feliz a alguien?	Cuál fue el impacto en ti y en los otros?
PERSONAL		
TRABAJO		
CASA		

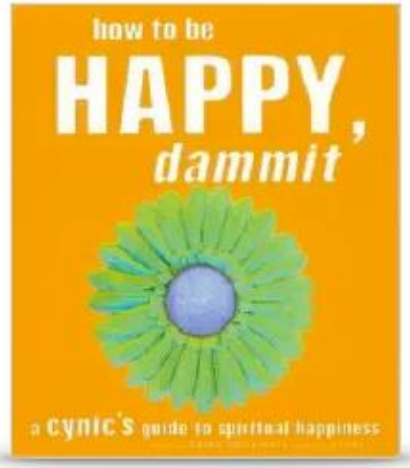
ARHITAC

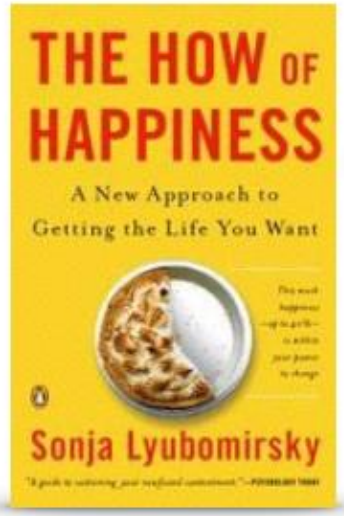
EVOLUTIO
conciencia y potencial humano

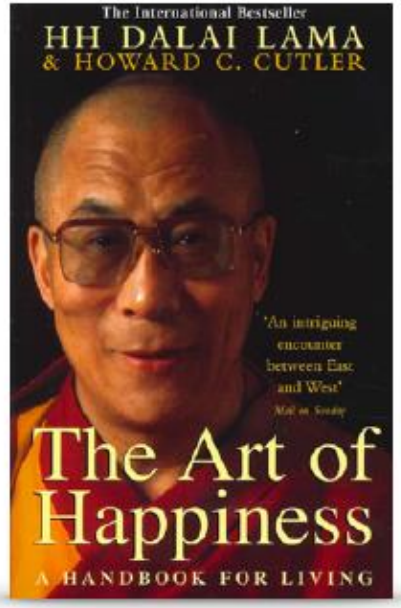
CONGRESO
de capital humano 2018

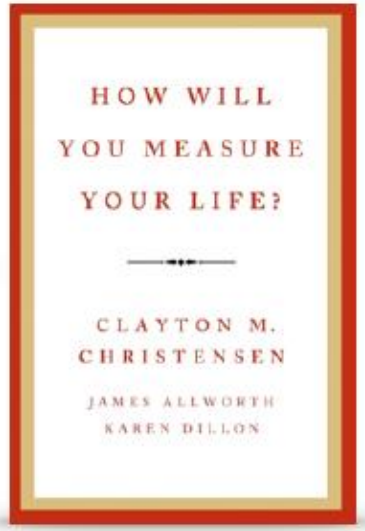
Para conocer más...











La supervivencia exige evolución... y la evolución exige cambio

BUSCA SENTIDO.

Es mucho más fácil ser feliz si tu trabajo tiene sentido para ti.
Tienes tres opciones: (1) trabajar sin ningún sentido, (2) para mantenerte y mantener tu familia, (3) con tu trabajo hacer del mundo un lugar mejor.
Tu eliges.
No es tanto hacer lo que ames. Es amar lo que haces

ARHITAC

“Dónde mis pasiones y talentos se cruzan con las necesidades del mundo, ahí es mi lugar”

Aristóteles

La supervivencia exige evolución... y la evolución exige cambio

TIP #3:

¿Eres feliz?
Sí
No
¿Quieres ser feliz?
Sí
No
Cambia algo
Sigue haciendo lo mismo

ARHITAC

EVOLUTIO

conciencia y potencial humano

CONGRESO
de capital humano 2018

GRACIAS