



Pedro Amador,
Socio Fundador de
Autocoaching®

En busca de la felicidad

La búsqueda de la felicidad en las empresas no es nueva. Muchas políticas, como las de conciliación de la vida personal y laboral, van en esa dirección. Pero, según Pedro Amador, de Autoacoaching, lo que realmente aún no existe es un método que describa de forma precisa las diversas vías para alcanzar la felicidad.

Hoy en día se habla de la importancia de la motivación, pero sobre todo de la felicidad enmarcada en el ámbito laboral. ¿Es realmente una moda o la felicidad en el trabajo es algo necesario?

Considerar a la felicidad en el trabajo como una moda es una simplificación que sólo resulta chocante. Baste mencionar las conclusiones de Don Juan-Miguel Villar Mir que, tras una larga carrera empresarial, nos recordaba: "La felicidad es condición imprescindible para alcanzar la eficacia. Eficacia y felicidad están inseparablemente unidas y caminan de la mano". Es cierto que en los últimos años, estamos siendo invadidos por promociones que asocian la felicidad a determinados productos de consumo, y no es eso de lo que estamos hablando.

¿Cómo deben trabajar las empresas el concepto de felicidad en su organización?

Algunas empresas actúan a corto plazo y tratan la felicidad como una actividad ocasional mediante sesiones de formación o conferencias de motivación. Algunas incluso creen haber dado con su fórmula magistral simplemente porque hacen estudios de satisfacción, aunque ni saben cómo aprovechar sus conclusiones. Otras muchas buscan la felicidad

gamamos a la conclusión de que apenas actúan como placebos. Por complicado que parezca, cada empleado debe buscar y encontrar la felicidad en las funciones laborales que realiza y en la forma de hacerlas mejor que la competencia, dentro de una organización que le valora y trata como ser humano, no solo como empleado.

En este mismo sentido ¿cómo trabajan desde Autoacoaching® la felicidad?

Tras seis años de investigación, desde Autoacoaching® mostramos a las empresas como instruir a sus empleados en una metodología que les guíe para buscar y encontrar la felicidad, partiendo de los valores y creencias que hay dentro de cada individuo. Un completo método que aporta todas las condiciones para que cada persona pueda dejar de gastar energía en quejarse y usarla en algo tan productivo como realizar los cambios necesarios.

¿Cuál es la receta mágica para ser feliz?

Nos encantaría ofrecer recetas mágicas, pero la felicidad es un estado de ánimo que cada persona encuentra de forma distinta. En cambio lo que sí que existe es un método que permite a cada persona

Rodearse de personas más felices es una necesidad, sobre todo en momentos de incertidumbre

de sus empleados para aumentar su productividad a largo plazo, pero tampoco saben por dónde empezar. La verdad es que conseguir rodearse de personas más felices es una necesidad, sobretudo en momentos de incertidumbre como los actuales, y en un entorno competitivo en que intangibles como el talento son cruciales para obtener mayores beneficios. Al final sólo las organizaciones que asocian de forma consistente y continua la felicidad a su estrategia con excelentes políticas de Recursos Humanos conseguirán una ventaja competitiva sostenible.

¿Cómo un empleado puede alcanzar la plena felicidad en su puesto de trabajo?

Definía Aristóteles la felicidad como bien supremo, que da sentido y finalidad a todo otro fin querido por el hombre. Sin embargo en cuanto intentamos esclarecer qué es este bien, empiezan las discrepancias. Nos encanta escuchar consejos enlatados o pensar que existen fórmulas mágicas, pero con la edad, lle-

alcanzar su felicidad de forma individual y personalizada a partir de un proceso de cambio continuado

¿Cuáles son los principales pasos de la Metodología Autoacoaching®?

Con la Metodología Autoacoaching®, se evalúa nuestro estado actual, analizando todo lo que queremos en la vida; y se determina cómo hemos de buscar nuestra felicidad. Finalmente, se identifican y ejecutan los cambios necesarios para conseguir alcanzar otro estado de felicidad, soportando todo el proceso en el completo catálogo de las herramientas web. La metodología se presenta en dos libros, Autoacoaching: cómo conseguir lo mejor de uno mismo (Ed. Gran Aldea) y Autoacoaching para despertar (Ed. Lid).

¿Qué valor tienen estas herramientas?

Con la Solución Autoacoaching® 3.0, acercamos a las empresas un completo sistema web personalizable que permite construir la empresa del futuro, mejo-

El caso de estudio de Nivea

En los últimos 100 años, NIVEA se ha convertido en una marca de referencia gracias a muchos consumidores que han confiado en ella. Coincidiendo con su aniversario, Nivea ofrece a sus consumidoras la Solución de Autoacoaching® 3.0 que les permitirá dar los primeros pasos en el coaching de forma accesible y cercana. La solución, personalizada en sólo dos meses, uno para la gestión de contenidos a Nivea, y otro para personalizar el diseño de la web gráfica, estará combinada con presentaciones y formaciones en el nuevo edificio de Nivea Plaza en Madrid. Sin duda, un valor añadido para que sus clientas cuenten con una herramienta que les ayude a alcanzar su felicidad.



rando la calidad del capital humano. Éstas se apoyan en la Metodología Autoacoaching® que ayuda a conseguir la felicidad, desarrollando el potencial profesional y humano. Ofrecen un primer paso de consciencia que luego puede ser complementado con un profesional. La principal ventaja que aportan es un completo catálogo de gustos y cambios que facilita a las personas encontrar sus preferencias y saber mejor lo que quieren en la vida. Actualmente este catálogo está compuesto por más de 250.000 gustos (factores o condiciones) y casi 10.000 cambios.

¿A quién van dirigidas?

Tenemos soluciones específicas para los clientes y accionistas de una empresa (Aplicación miGPSVital®), o para sus empleados (Aplicación miGPSProfesional®), que acotan y acortan el proceso de cambio permitiendo obtener un alto retorno de la inversión.

Los próximos 16, 17 y 18 de junio participará en el congreso Europeo de Coaching de ICF. ¿Cuál es la idea central en la que basará su ponencia?

Mostrar el estudio realizado en felicidad en los últimos seis años sobre cómo aplicar una metodología profesional al coaching. Compartiré mi visión de democratizar el coaching, para que sus ventajas alcancen al mayor número de personas posible ■

