

Wellness Corporativo



Bienestar..., desde el principio de los tiempos, el ser humano anhela bienestar.

Proteger a su clan, a su prole ante la amenaza de las tormentas, de las alimañas y de otros clanes incluso. Buscar territorios de caza, perpetuar las cosechas y finalmente ser el que más recursos almacena como medida de éxito. Pues ello supone supervivencia, estatus y cierta dosis de libertad y sentido de existencia.

Pero hace mucho que salimos de las cavernas y hace mucho que nos expandimos más allá de los valles del viejo Éufrates. Ahora al hombre del siglo veintiuno, no le basta trabajar para sobrevivir, eso no le genera plenitud y bienestar. Aunque a menudo el contexto permita poca capacidad de maniobra, siempre hay una rendija para que la creatividad, como fuente de inspiración coopere en mejorar y permitir mayores cuotas de bienestar.

De cara a abordar el bienestar en las organizaciones comenzaremos por este planteamiento inicial.

Las organizaciones en su gestión mantienen cuatro grandes ramas de desarrollo:



Gestión por resultados, donde se pone foco en la venta de la producción de bienes o servicios para obtener mayores beneficios económicos. Muy ligado a las primeras fases comerciales donde lo importante era la capacidad sustractiva de recursos naturales, donde lo importante es la cantidad.

-Más madera ¡- como gritaban los hermanos Marx en el Oeste

Y muy vinculada posteriormente de forma más refinada al marketing, y su boom en los años cincuenta y sesenta como expresa magníficamente la serie televisiva norteamericana *Mad Men*. Donde el valor de tu persona está ligado a cuanto vendes, a cuán grande y valiosa es tu cartera de clientes. La existencia vital, tu ser, se transforma en el éxito de tus ventas no atendiendo a otros aspectos que tiene que ver con el hecho de la trascendencia en el contexto de la existencia humana. Lo que conducía y conduce, a grandes fracasos personales que se vivían y viven, con cuadros depresivos o de ansiedad. Otro documento que habla de ello con crudeza es el Film *Glen Garry Glen Ross* de James Foley con un elenco de actores inigualable.



Gestión por procesos, donde lo primordial es poner foco en reducir costes, revisando las fases de producción de cada proceso que genera un bien o un servicio y además, aportarle no tan solo ese punto de mejora que repercute en el precio final, sino de excelencia en la calidad del producto.

El exponente más llamativo llevado a cabo y los líderes en esta forma de gestión de las organizaciones, fueron los japoneses tras la segunda gran guerra. Donde agudizando el ingenio y con una gran capacidad de trabajo y compromiso, implantaron la cultura de equipos de mejora y los protocolos de calidad, que en este caso se ha hecho extensivo al resto del mundo y vio su máxima expresión en la industria automovilística. Hoy no tienen límite.

De ahí viene la cultura de la excelencia y de ahí aparece la cultura de los sellos de calidad que certifican los procesos en su eficiencia, en su compromiso medioambiental o en su responsabilidad para con la seguridad laboral.

Algo de lo que aquí nos servirá más adelante, es que ya podemos intuir, que se pueden implantar en las organizaciones actuales, objetivos, retos, tareas por proyectos. Lo que estimula la transversalidad en las empresas, el intercambio de conocimiento y el orgullo de pertenencia al pasar el trabajador, el

colaborador de una plantilla, de instrumento de una cadena de producción, a protagonista de la mejora tangible que conlleva un mejor resultado.

Digamos que es un estatus más avanzado, que no sólo persigue resultados, sino excelencia.



Gestión por personas. Este tipo de gestión aparece por la necesidad que la organización mundial de la salud, la OMS, anunciaba a finales del siglo pasado. Explicaba que en Europa se iba a producir una epidemia provocada por estrés, que desembocaría en cuadros de ansiedad, al interpretar las personas que no logran alcanzar los objetivos económicos individuales u organizacionales que se marcaron. El plantearnos una imagen que queremos alcanzar y a la que nunca llegaremos, hace que nuestro sistema nervioso vaya acelerado y acabe colapsándose. De ello habría mucho que hablar y el coaching es una buena herramienta de replanteo.

Curiosamente vivo en Mallorca, una de las islas del Mediterráneo, a la que el filósofo y escritor Miguel de Unamuno bautizó en el siglo XIX, principios del XX como *isla de la calma*. Hoy si preguntamos a los profesionales de la salud, con los que de vez en cuando tengo oportunidad de trabajar en temas de Wellness Corporativo, me dicen que el medicamento más recetado en el archipiélago son los ansiolíticos.

¿Qué es aquello que tanto nos preocupa, que tanto nos distrae de la paz y la plenitud? Vivimos en nuestro caso, en un entorno natural envidiable, como sin duda viven los habitantes de la nación de Costa Rica y sin embargo se recetan ansiolíticos de forma abundante.

En esta rama de gestión y recordemos que cualquier organización debe atender a todas las ramas de gestión y no sólo a alguna de ellas, aunque siempre la cultura de empresa nos va a dar la pista de aquella por la que los líderes apuestan con mayor medida dado su estilo y preferencias, el foco se pone, en el desarrollo de las personas.

Herramientas que tienden a conservar el talento, que apuesta por la formación en continuo, seguimiento de planes de carrera, evaluaciones de desempeño o medidas de conciliación familiar, son algunas de las herramientas que nos hacen mejores profesionales y aportan bienestar estructural. Incluiremos aquí las herramientas de inteligencia emocional, el coaching o el mindfulness enfocadas a reinterpretar la realidad para crear contextos posibilitantes y no vías muertas de acción.

Pero no acaba todo ahí. También las organizaciones se han dado cuenta que el cliente los observa y necesita entender que existe coherencia entre el producto que las empresas y profesionales venden y sus comportamientos y conductas. Y más con la aparición de las redes sociales que exponen nuestra reputación en mayor medida.

Para ello apareció la siguiente rama de gestión



La gestión por valores. En ella se pone foco en qué gestiono, cuál es mi esencia o Misión de la empresa. Hacia donde quiero proyectarme, Visión y especialmente en cómo voy a llevar a cabo ese camino, con qué receta, con qué valores e ingredientes éticos y de conducta. Cómo lo voy a hacer.

Siempre buscamos coherencia entre lo que digo y lo que hago, sino, aparece una brecha comunicativa que afecta a la venta, a la imagen y al producto final.

De los miles de valores que existen, cuales son aquellos que marcan el ADN de mi organización y se transmiten en el más mínimo detalle de mi gestión.

Con escoger cuatro o cinco es suficiente, pero que se cumplan.

Como vemos estas cuatro formas de gestión son acumulativas y están relacionados con las cuatro formas de expresión y aprendizaje del ser humano. La física, la intelectual, la emocional y la intuitiva vinculada al pensamiento y creatividad que aparece en los estados de quietud. Esta última menos desarrollada y que aporta un valor diferencial a aquellas empresa que la incorporan en el diseño de programas de bienestar corporativo junto con el resto de áreas de desarrollo.

4 Formas de expresión y aprendizaje



El Wellnes Corporativo pretende reforzar e impulsar, en la evolución cultural de empresa estas cuatro ramas, a través del punto de palanca que supone el desarrollo del lado humano de las empresas.

No podemos vender Wellness, si nuestros profesionales, si las personas que velan por el bienestar de nuestros clientes no se encuantran razonablemente en equilibrio, paz y pelnitud, en todos sus aspectos. Físico, emocional, intelectual e intuitivo.

No podemos vender zapatos, vehículos,fabricar galletas, si nuestro personal no es embajador de los valores que inspiran el desarrollo y gestión de nuestro proyecto. Pero menos aún en el mundo del wellness, donde lo que estamos produciendo es bienestar. La incongruencia sería aún mayor.

El éxito repentino del turismo, llevó a crecimientos desproporcionados en la forma de gestión. Desproporcionados porque la explosión del sector no encontró a menudo a los profesionales cualificados, que se dierion de bruces con esa riqueza. No habían tenido la oportunidad de suficiente formación integral para abarcarlos. Demasiado bien que lo hicieron en algunos casos.

Nadie esperaba que en zonas del planeta, como en Mallorca, las tierras menos deseadas por su valor económico, pasasen de la noche a la mañana a ser las de mayor productividad. Asimismo en Costa Rica debido a la estabilidad política , económica y social, se produce también un crecimiento enfocado en una cultura de empresa trasladada de otros sectores económicos que ponía foco en los resultados y en los procesos, que es necesario que vayan evolucionando y atendiendo también al resto de ramas de gestión. Es ahora que la capacitación, el desarrollo de los equipos humanos y de sus talentos, se está convirtiendo en marca de la casa. Y que la coherencia con los valores no la perdamos de vista, deben marcar la proa de nuestro velero. Es un momento ideal para introducir el siguiente escalon evolutivo, que aquí presento.

Siglo XXI , un escalón diferencial e innovador, hacia la plenitud integral en las organizaciones

Wellness Corporativo 3421

Tras horas de investigación, de experiencia en campo y tras el compartir con profesionales de distintas ramas del desarrollo humano dentro y fuera del marco del management de las organizaciones, durante más de quince años. Concluimos y se observa como síntoma en los entornos escolares, que ya no basta con ofrecer en el mercado un futuro laboral que cree bienes y servicios más o menos atractivos. No basta con que existan en las organizaciones controles de calidad y certificados a veces, de dudable coherencia con los valores de la empresa.

Ya no basta para los futuros profesionales que hoy se están licenciando, que existan programas de carrera en las organizaciones, que exista un coach en ellas que les pueda orientar o que se les prometa escalar económicamente en la estructura jerárquica.

Ahora el profesional cualificado busca además:

-Sentirse **protagonista** y no mero ejecutor de directrices en el proyecto empresarial

-Trabajar de forma **colaborativa y transversal**. Tal como se deriva de sus gustos de consumo y del uso de las plataformas digitales.

-Asumir **retos** que pongan en marcha la **creatividad** que todos/as albergamos

-Huir de la monotonía y explorar las distintas capacidades e inteligencias.

Versatilidad. Cada vez en las entrevistas de selección de personal se valoran más a aquellas personas que han trabajado en distintos perfiles profesionales y que además de su lado laboral, cuidan y atienden al crecimiento personal, a su desarrollo, a actividades sociales y de compromiso con el medioambiente.

Luego hablaremos de las competencias del *Soul Manager*, pero esta inquietud y la curiosidad como competencia son claves para desplegar proyectos duraderos de forma natural en las organizaciones.

-Y por último **autenticidad**. Evitar comportarme en el marco profesional con un rol distinto a mi esencial persona, pues soy el mismo dentro y fuera del trabajo, y todo lo que sea energía de mantenimiento en sostener una figura con la que no me identifico, me desgasta tanto personal, como profesionalmente. Para ello es de capital importancia la elección de la organización, por los valores que ofrece en su carta de presentación. Ello va generando una reputación de la que el trabajador, será el máximo embajador de nuestra marca

Esas son las cinco conclusiones a las que he llegado gracias al privilegio y el honor de haber podido contrastar con grandes gurús y profesionales del sector, dentro del marco de empresa y fuera de ella. Grandes como Enrique Mariscal y todos sus libros que apuntan al sentido de vida, como Mónica Esgueva y su visión empresarial del Mindfulness y de las cualidades creativas de la compasión, al gabinete consultor Geyser y su capacidad de conceptualización y de gestión de energía grupal, con el maestro en armonización de espacios Ángel García que nos hizo ver lo que los espacios narran y su coherencia con nuestros comportamientos y la posibilidad de sencilla transformación o a Fred Koffman a quien agradezco especialmente su dedicación pues es una eminencia internacional en el sector y sin conocerme a penas, creyó en mí.

Muchos otros han aportado en el camino como es el caso de los profesionales del sector del Wellness en Costa Rica, como la Laura Barrantes presidenta de la Asociación de Turismo de Bienestar y asesora en Wellness y cuyos comentarios me aportaron puntos de vista distintos al sentir europeo. O César

Tejedor otro enamorado de la cultura del bienestar de prestigio internacional, que aporta sentido y estructura. A todos ellos gracias.

Mi aportación personal y valor añadido viene con el modelo y declaración de intenciones que supone el [Wellness Corporativo 3421](#)

Las organizaciones pueden y deben si así lo desean apostar por la inclusión de este tipo de programas para:

- Cuidar al cuidador** a través de las herramientas que se aportan
- Potenciar la creatividad** de los colaboradores que conforman los equipos de una plantilla, pues si realizamos los protocolos de mejora indudablemente mejoraran procesos y con ellos resultados y **la innovación**
- Aportar un **valor diferencial** sobre la competencia
- Demostrar al **cliente** que somos **coherentes con nuestros valores** apostando por el bienestar de nuestros profesionales
- Atender a los reclamos del nuevo profesional para **tener a los mejores en nuestros equipos**. Recogiendo talento con todo lo que ello supone a razón de ser referencia empresarial. Atender, es atender a las cinco conclusiones anteriores:

1-Protagonista en la participación

2-Transversalidad colaborativa

3-Potenciación de la creatividad

4-Versatilidad

5-Autenticidad y alineación con sentido de vida

El grano de arena que creo aportar es que en el futuro reciente, ya no bastará con resultados, calidad, gestión emocional y coherencia de nuestros valores con los de la organización, el siguiente paso a incorporar es la *mirada trascendente*

[De ahí el 3](#), el ser humano tiene ineludiblemente que atender a una mirada individual, que comprende atender a su cuerpo, a su mente y a la gestión de sus emociones. Tiene ineludiblemente que atender y va con él, al entorno social, e incluyo aquí el medioambiental. Y de todos ellos hablamos con

naturalidad. Pero también el ser humano tiene que atender a su dimensión trascendental y hasta que en cualquier marco de nuestra vida no incorporemos esa mirada, no atendamos a esa invariable esfera, seremos incompletos en áreas incompletas de acción, ya sea la empresa, la familia, o la esfera personal y social.

¿A quién nos hemos sentido más unido en algún momento de nuestra vida?
¿No ha sido a caso, ante aquel semejante al que le hemos confesado nuestras inquietudes existenciales?

De nada hay que asustarse por pensar juntos, por compartir juntos las incertidumbres de ese tipo. No es que las vayamos a resolver, pero como una a los equipos, a los humanos sentirse cómplice en la vulnerabilidad.

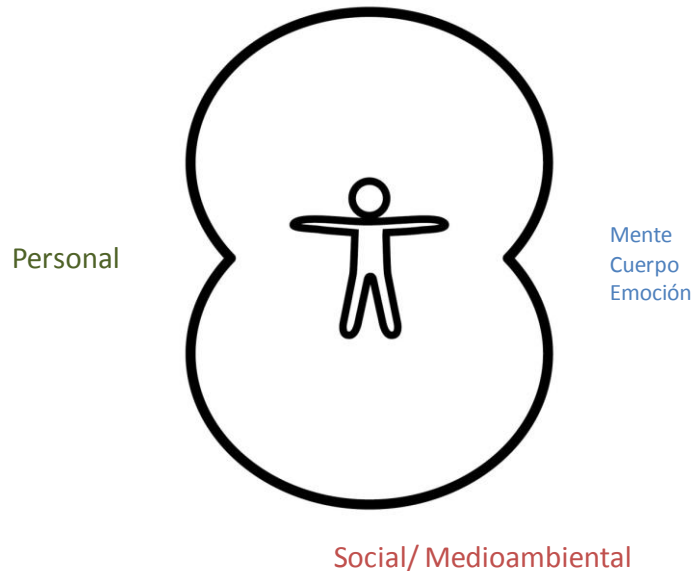
He tenido la oportunidad de charlar con muchos directivos sobre temas de empresa y temas humanos y jamás creamos mejor vínculo, que cuando hablamos de lo vulnerables que somos ante la incertidumbre existencial.

¿Pues no es acaso eso lo que más nos une a los humanos?, por qué en el marco de la empresa iba a ser distinto. Somos la misma, auténtica, integral y maravillosa criatura dentro y fuera de ese marco. Que liberación poder ser el mismo en cualquier esfera de acción de nuestras vidas.

De eso nos enamoramos cuando nos enamoramos, de la luz que él otros ve en nosotros y de no ser juzgados por nuestras inquietudes e inclinaciones.

3 Dimensiones

Trascendental (sentido de vida/existencia)



Por ello en los programas incluyo acciones enfocadas a hablar de la trascendentalidad. Que no es hablar de religión, pues esa es una esfera íntima, aunque muchas de sus filosofías y conceptos sirven de punto de partida para hablar de la trascendentalidad.

La dimensión trascendental del ser humano, la abordamos desde el cuadrante del pensamiento intuitivo y creativo, con todo lo que son herramientas que sirven para explorar la sabiduría y creatividad que aparecen en los estados de quietud, tales como la reflexión, la contemplación o la meditación.

La mirada y estado trascendente no es otra cosa que sentir en la realización de cualquier actividad ordinaria, que formamos parte del todo, en el mismo momento.

Transformándose cualquier acción, como por ejemplo, dar un masaje, servir una mesa, rellenar un check de calidad o dirigir una reunión de grupo, en una acción consciente. Con lo que el discurso, la toma de decisiones, la integración de conceptos y emociones, alcanzan un plano mucho mayor y mucho más eficiente, pues el uso de energía nos nutre y no nos desnuda al haber legitimado y puesto nuestra creatividad al servicio del bienestar.

Hay que adecuarse a la extensión de la planilla de personal, a los recursos a modo de disponibilidad horaria y de espacios, a los objetivos y retos a abordar. Hay que escuchar a las personas. Y la responsabilidad de implantación es de todas las capas jerárquicas y de colaboración de una organización. Tanto de dirección como del resto de colaboradores de la estructura organizativa.

Esto es un trabajo en equipo, una oportunidad única, que ha de fluir naturalmente y sin pérdidas de energía y no debe implantarse a contracorriente. El buen jardinero no siembra fuera de época, examina la tierra y sus nutrientes y entonces actúa.

Lo que sí hay que tener en cuenta en el diseño de un programa de Wellness Corporativo es incluir herramientas que abarquen cada uno de los cuatro cuadrantes. Las herramientas deben abarcar todas las áreas de aprendizaje, porque además y en esto era un experto Alberto Sánchez-Bayo autor del método y libro, *Arqueología del talento*, con quien tuve oportunidad de participar en sus talleres, cada uno de nosotros se expresa en el mundo más adecuadamente a través de una de esas áreas.

Implementar estos programas puede ser muy sencillo, depende de lo ambicioso que se llegue a ser y de la visión de futuro. El entorno natural ayuda a la agilidad de implantación.

Se puede partir de un cronograma de seis o siete jornadas o medias jornadas, o ser algo más extenso. Planificación, implantación o desarrollo, chequeo de las acciones y aprendizaje. Esas son las fases de todo proyecto PDCA

Uno de los objetivos es que ese trabajo repercuta en la organización estableciendo protocolos de canalización de las propuestas de mejora, que redunden en optimizar procesos y ofrecer mejores productos y servicios, de los cuales toda la plantilla se siente partícipe.

Además de que por supuesto, el cliente detecte el intangible que supone que los miembros de una empresa destilen bienestar. Nada atrae más que la coherencia y que el propio trabajador sea embajador y representante dentro y fuera del entorno laboral del proyecto de negocio.

El Soul Manager

Otro aspecto importante para que los proyectos se sostengan en el tiempo sin la necesidad permanente de implantadores o consultores como yo, es localizar, formar y fortalecer las competencias del Soul Manager de la empresa, al Manager de Wellness Corporativo, al director de Happiness o al Jardinero

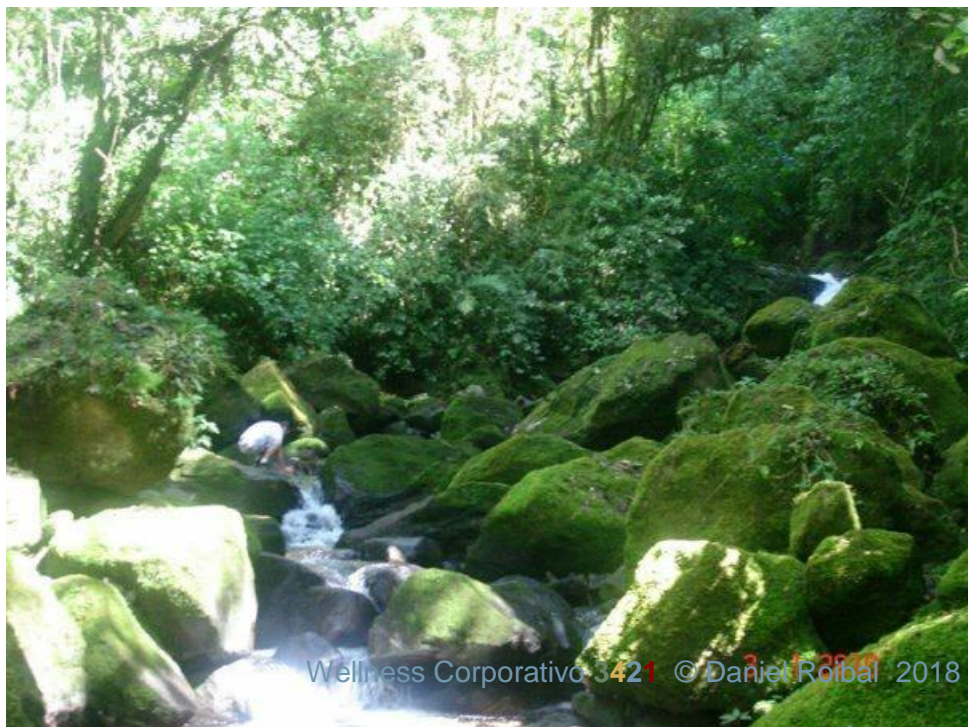
Humano. Algunas competencias del mismo, ya viene mencionadas en el cuadrante anterior, pero su ampliación, será objeto de otro artículo.

Les invito a que conozcan el resto de la presentación, ¿qué es el 1? y ¿qué es el 2? del Wellness Corporativo en el próximo Congreso Internacional de Bienestar y Spa en Costa Rica

La imaginación es el límite. El encontrar vocación y sentido de vida el premio.

La creatividad el motor y el escuchar lo que el alma anhela, nuestra responsabilidad.

Con todo ello, el impulso de servicio brota sin más, al haber conectado con la gracia de ser y de agradecer habitar en este hermoso mundo.





DANIEL
ROIBAL 

Armonizando espacios, facilitando tu creatividad

Estudio de asesoramiento e implantación

CREANDO PROYECTOS, CREYENDO EN LAS PERSONAS

www.danielroibal.com

droibal@tintadeagua.com