

8 Abril de 2021

HUMANIZAR LAS ORGANIZACIONES A TRAVÉS DE LOS DATOS

NUESTRO INVITADO:
Sergio Cancelo



Happyforce

Joven empresa que fomenta e impulsa la felicidad en el trabajo a través de mejorar la escucha continua y comunicación con todas las personas, haciéndolo fácil y midiendo los resultados con una app. ¿Te has preguntado alguna vez qué nivel de compromiso tienen tus equipos, o cómo son las relaciones de las personas que trabajan contigo, o el grado de satisfacción existente?. Esto y mucho más podrás medirlo con Happyforce día a día, ayudándote a tomar las mejores decisiones para ser la MEJOR EMPRESA y enamorar .

Experiencias y reflexiones de **SERGIO CANCELO**

3 Grandes valores caracterizan a Sergio: Humildad, Honestidad y coherencia

La vida no siempre es sencilla ni los éxitos vienen regalados, sino más bien todo lo contrario son fruto de experiencias vividas, fracasos acumulados y pequeñas victorias ganadas, a lo que se le suma la perfecta combinación de esfuerzo y pasión por lo que te gusta. Digamos que en este Human Coffee aprendimos un montón de la Experiencia de Sergio Cancelo y cómo llegó a fundar junto con otras dos personas Happyforce.

“Estuvimos en el sitio correcto, en el momento exacto y con la gente adecuada” por eso nació Happyforce Y es que tras 2 años trabajando en el desarrollo de esta app, los tres socios finalmente lo dejaron dormir y cada uno se buscó la vida, hasta que un día subiendo un ascensor salió la oportunidad. Y el uso del “Elevator Pitch” les funcionó : tuvieron la oportunidad de probar la app que habían desarrollado en una empresa y después de 4 meses el éxito les llevó a implementarla definitivamente. ¿Fue suerte? O ¿fue aprovechar la oportunidad?

La idea de medir la Felicidad en el trabajo vino mucho antes de crear Happyforce. En 2010 Sergio estaba trabajando en una empresa como responsable de RRHH. En aquel entonces se vivía un momento muy complejo y tuvieron que despedir al 30% de la plantilla, sin embargo a pesar de ello querían seguir reforzando la CULTURA y VALORES y se marcaron 3 objetivos concretos:

- 1.- Que las personas quisieran ir a la empresa a Trabajar
- 2.- Que las personas se quedaran en la empresa al menos 1,5 años (era una empresa tecnológica y existía mucha rotación en el sector, por eso 1,5 años ya lo consideraban como un buen resultado)
- 3.- Hacer un buen lugar de trabajo

Tras ese año, ganaron durante 2 años consecutivos el Great Place To Work

Muchas personas en el puesto de Sergio aplaudirían el premio sin más, pero a Sergio le hizo reflexionar y preguntarse ¿por qué habían ganado el premio ? Y por qué lo volvieron a ganar . El gran indicador de que la empresa era un gran lugar de trabajo fue QUE LAS PERSONAS NO SE IBAN A TRABAJAR A OTRO LUGAR, a pesar de que el mercado y el sector estaba en continua rotación de puestos.

Entonces se le ocurrió la idea de medir el nivel de FELICILITROS de la empresa, y colocó un panel en la pared con los días del mes y las fotos de todas las personas en la parte inferior. Se facilitaron imanes rojos y verdes para indicar (de forma manual) cómo se encontraba cada día cada persona. Y puso un par de normas:

- Sergio se sentaba a hablar con cada persona que tuviera 3 imanes rojos para escucharle y ver cómo podía ayudar (como el Doctor de la serie New Amsterdam)
- La personas más feliz tenía que regalar una cerveza a la más triste

Aquello funcionó y esta fue la semilla para que luego naciera Happyforce

Esta app mide 6 KPI (Bienestar, Motivación intrínseca, Feedback, Alineación y relaciones) con 3 factores cada uno (18 aspectos a medir en total) y ofrece una potente herramienta para Humanizar las Organizaciones a través de los datos, ayudando al área de RRHH que se convierta en área estratégica en el comité de Dirección y que las personas formen parte del plan estratégico.

¿Qué tipo de empresas quiere usar happyforce?

Humanizar las organizaciones no va de empresas ni de sectores, ni de tamaños sino de MENTALIDAD. Sin una cultura centrada en las personas, happyforce no funciona puesto que no se trata sólo de medir sino de que éstos nos ayuden a conocer los problemas y tomar las mejores decisiones para actuar.

