



CEU

*Universidad  
Cardenal Herrera*



**Trabajar con buen humor**  
(Para llegar donde no estamos tendremos  
que avanzar por donde no vamos)  
(San Juan de la Cruz)

Elche, 29 de septiembre de 2011



enredate  
crear nuevas oportunidades

## *Trabajar con buen humor: un tema serio, ¡muy serio!*



# *Trabajar con buen humor: la internacionalización de las empresas*



# La importancia de la internacionalización

## La internacionalización de las empresas reduce los efectos de la crisis económica

DEBATE DE EXPERTOS/ Los empresarios españoles coinciden en que diversificar las operaciones hacia el exterior ayuda a reducir los riesgos y a cambiar el modelo económico, pero apuntan que el apoyo público es vital para el éxito.

**Expansión.** Michi PricewaterhouseCoopers (PwC) ha puesto en marcha la iniciativa Crecimiento Inteligente y Economía Sostenible, con el objetivo de impulsar desde las empresas españolas un cambio en el patrón de crecimiento de la economía.

Este proyecto implica apoyar a estas organizaciones y a las administraciones públicas en la transición hacia un nuevo modelo productivo, competitivo, en un mundo global, basado en la innovación, la calidad, el talento y el valor añadido que sea, a la vez, respetuoso con el medio ambiente, y con el uso racional de los recursos naturales y responsables con la sociedad.

El nuevo modelo productivo propuesto por la consultora se sustenta en cinco factores o líneas, como son la innovación, la economía del consumo, una economía baja en carbono, la modernización de las administraciones públicas y la internacionalización.

Para cumplir los objetivos que se ha propuesto con este proyecto, PricewaterhouseCoopers y EXPANSIÓN han organizado una serie de foros,

cuyos temas girarán en torno a cada una de las líneas del modelo productivo.

El impulso al proceso de internacionalización de las empresas españolas es uno de los pilares fundamentales en los que se basa este cambio de la actual estructura económica.

De acuerdo con la firma consultora, esta "les permite a las compañías diversificar sus riesgos, acceder a nuevos mercados e ideas y reforzar su imagen de marca".

Este ha sido, precisamente, el tema del primer foro celebrado en Madrid, al cual asistieron responsables del Instituto Español de Comercio Exterior (Icex), Sol Meliá, Abengoa, Gas Natural, Renfe, Pharmamar (filial de Zeltia), Talgo, OHL y Gamesa.

La actividad se repetirá con el resto de las líneas del nuevo modelo propuesto por la firma consultora.

### Apoyo a empresas

Jordi Sevilla, senior advisor de PricewaterhouseCoopers explicó que al Observatorio de la Empresa Multinacional Española, puesto en marcha con el Icex, Esade y Banesto,

### Por una economía sostenible

La iniciativa Crecimiento Inteligente y Economía Sostenible de PricewaterhouseCoopers se basa en cinco factores o líneas principales.

Las líneas son la innovación, la economía del consumo, una economía baja en carbono, la modernización de las administraciones públicas y la internacionalización.

El proceso de internacionalización de las empresas españolas fue el tema del primer foro de una serie organizada conjuntamente por la firma y EXPANSIÓN.

PricewaterhouseCoopers cree que salir al exterior les permite a las compañías diversificar sus riesgos, acceder a nuevos mercados e ideas y reforzar su imagen de marca.

se ha sumado ahora (por parte de PwC) la Unidad de Internacionalización, al frente de la cual está Ignacio Fernández Morodo, y que tiene como finalidad reforzar su apoyo, tanto en España, como en el extranjero, a las empresas que ya tienen negocios en el exterior o desean tenerlos.

Si bien PricewaterhouseCoopers ya viene prestando servicios en este ámbito desde hace años, Sevilla explicó que esta es una forma de centrali-

zar lo que ya se venía haciendo y aseguró que "la economía española ha avanzado, pero necesita un nivel de internacionalización muy superior al actual".

Ignacio Fernández Morodo, socio de PricewaterhouseCoopers, aclaró que "existen diferencias operativas y de gestión significativas entre las empresas puramente exportadoras, las empresas internacionalizadas (con inversión exterior directa) y las

multinacionales". Las empresas internacionalizadas con mayor presencia global y modelos de toma de decisiones más descentralizados".

### Blindaje

¿Pero puede realmente el proceso de internacionalización de las empresas cambiar el modelo de crecimiento de la economía en España? A la pregunta que abrió el debate propuesto por PricewaterhouseCoopers, Ángel Martín Acebes, vicepresidente ejecutivo del Icex, respondió con datos y argumentos.

La última cifra de exportaciones desde España de diciembre de 2009 arrojó un crecimiento de un 4% en términos reales. Esto le permite concluir a Martín que "el sector exterior ayuda a que la economía decrezca menos, pues ha corregido la caída de la demanda interna".

Como una segunda reflexión, el representante del Icex apuntó que el sector exterior puede ayudar a acelerar la salida de la crisis, porque mientras más exportan las empresas españolas, se crean más empleos estables y coo-

mayor calidad que los puestos que generan aquellas que no salen al exterior.

Para Martín, está claro que mientras haya más empresas internacionales, mayor será la competitividad de la economía de España.

Luis García Linares, director general corporativo de OHL, opina que "la internacionalización es un factor decisivo para minimizar los daños durante la crisis", y destacó que las empresas españolas ostentan una posición claramente dominante en el mercado internacional de las concesiones de infraestructuras de transporte.

Fernando Aznar Alonso, director de Desarrollo de Negocio de Talgo, acotó que una buena, y mejor cualificada, mano de obra ayuda a la internacionalización de las empresas, y cree que era necesario un cambio del modelo productivo español.

Germán Bejarano, adjunto al presidente de Abengoa, destacó el valor de la diversificación y de que España tenga hoy más inversiones en Europa que en Latinoamérica, porque de esta forma reduce el



# La importancia de la internacionalización

## Instituto Español de Comercio Exterior

### Perfil de la empresa exportadora española

Año: 2011

Último mes disponible: Jun/2011

ICEX

#### Evolución del nº de empresas exportadoras (\*)

| Export. > 0 €                             | 2006          | 2007          | 2008          | 2009          | 2010          | %2010/Total | Ene-Jun/2011  | %2011/Total |
|-------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| Nº Empresas TOTALES                       | 100.177       | 97.418        | 101.395       | 107.579       | 109.679       | 100,0       | 82.349        | 100,0       |
| % Incr. frente mismo periodo año anterior | 1,0           | -2,8          | 4,1           | 6,1           | 1,3           |             | 7,2           |             |
| Export. Total (Miles Euros)               | 170.438.626,9 | 185.023.217,5 | 189.227.851,4 | 159.889.550,2 | 185.799.015,5 | 100,0       | 106.362.955,8 | 100,0       |
| % Incr. frente mismo periodo año anterior | 10,0          | 8,6           | 2,3           | -15,5         | 17,4          |             | 18,5          |             |

En épocas de crisis, la exportación española se ha incrementado más del 10,%, bien corrigiendo el descenso de la demanda interna.

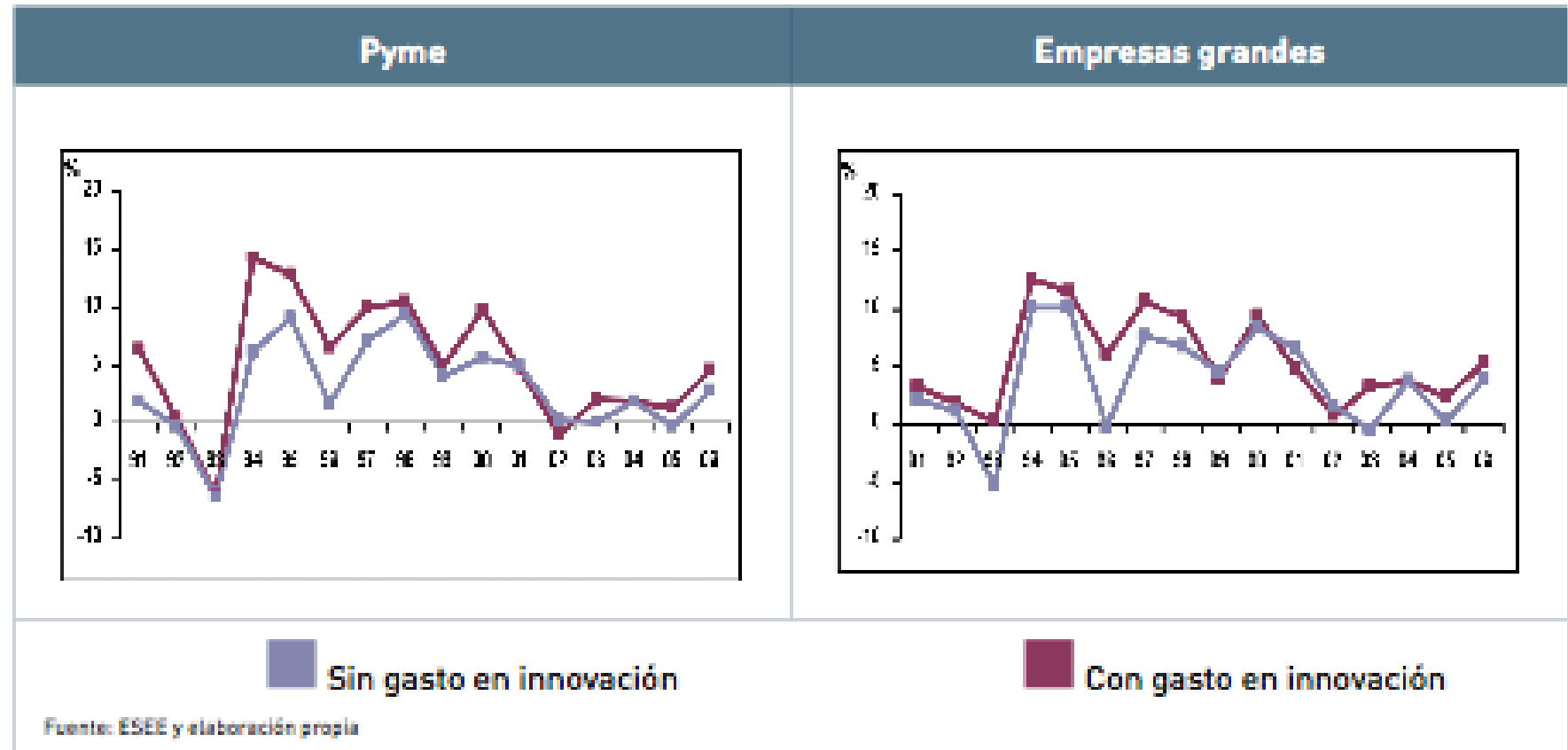


**Tabla 7.1.** Porcentaje de éxito en el desarrollo de nuevos productos, según la amplitud del mercado geográfico de destino. (Cooper, 1993)

|                                       | <b>Diseño internacional</b>                                         | <b>Diseño nacional</b>                                         |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <b>Objetivo<br/>mercado doméstico</b> | Producto internacional,<br>mercado doméstico<br><b>Éxito: 61,5%</b> | Producto nacional,<br>mercado doméstico<br><b>Éxito: 43,1%</b> |
| <b>Objetivo<br/>mercados cercanos</b> | Producto internacional,<br>mercados cercanos<br><b>Éxito: 78,1%</b> | Producto nacional,<br>mercados cercanos<br><b>Éxito: 45,5%</b> |
| <b>Objetivo<br/>mercado mundial</b>   | Producto internacional,<br>mercado mundial<br><b>Éxito: 78,1%</b>   | Producto nacional,<br>mercado mundial<br><b>Éxito: 3%</b>      |

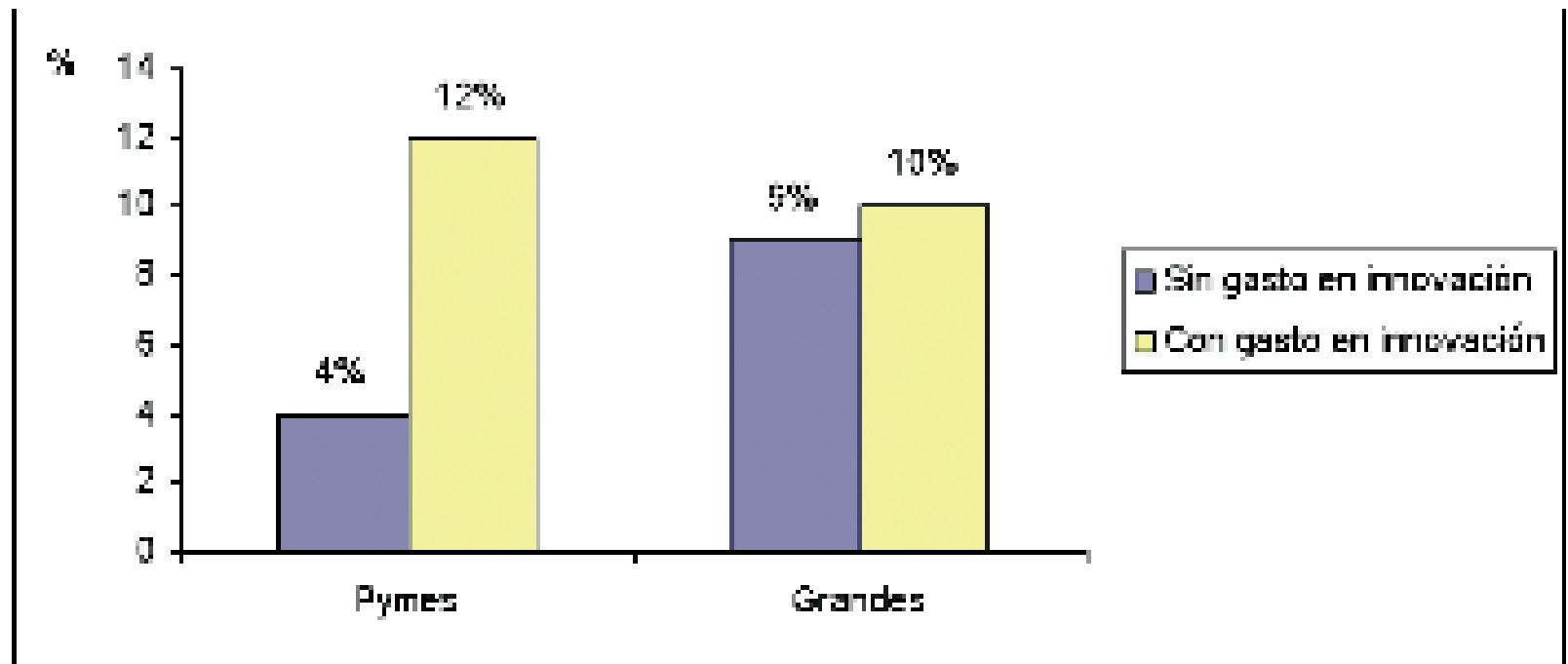
# Las compañías que innovan venden más (a largo plazo)

Gráfico 12: Evolución de las ventas reales (tasa de variación anual). Manufacturas. 1990-2006



# Las compañías que innovan venden más (incluso a corto plazo)

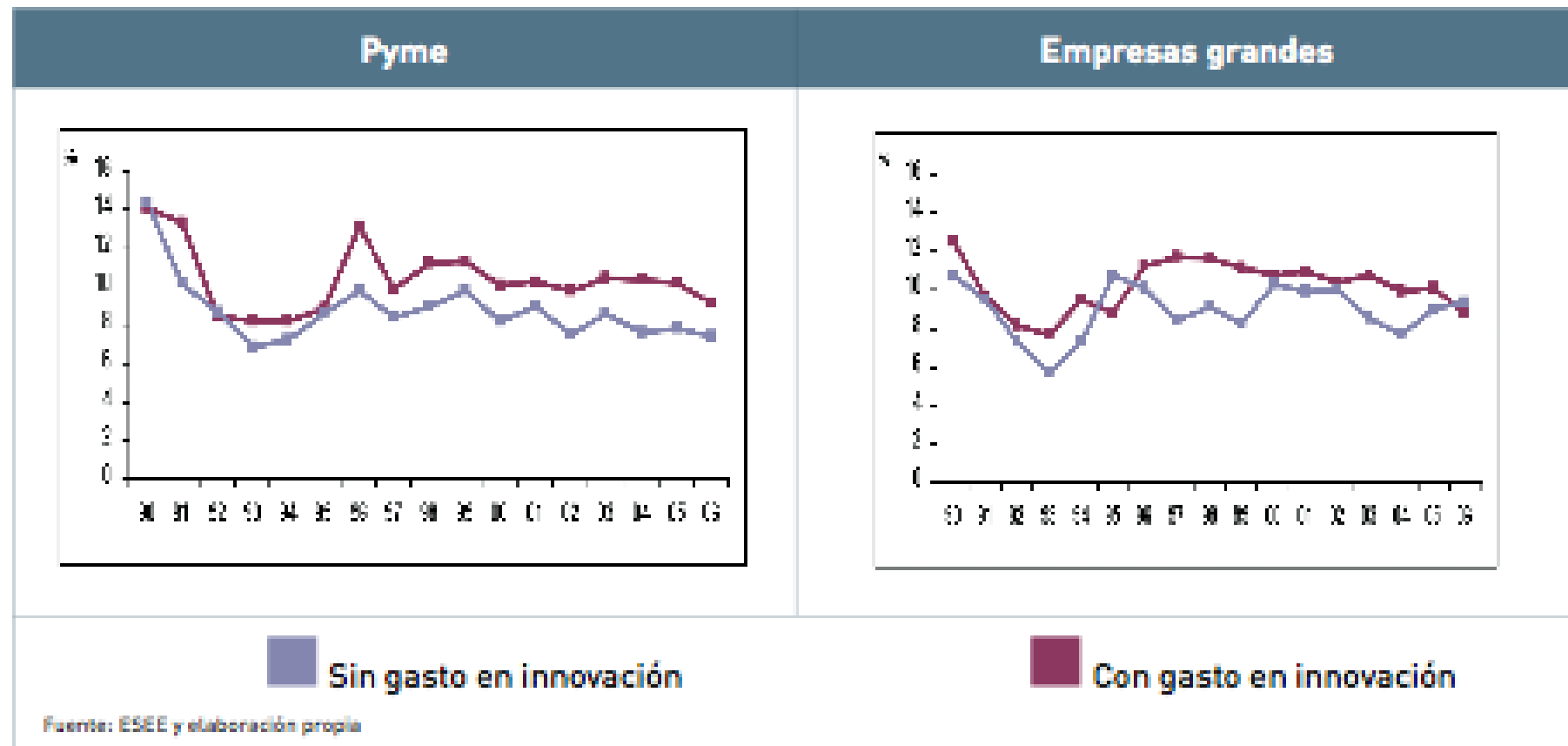
Gráfico 14: Tasa media de variación de las ventas (%). 2005-2006



Fuente: PITEC y elaboración propia

# Las compañías que innovan crecen más

Gráfico 13: Margen bruto de explotación (%). Manufacturas. 1990-2006





## Manual de Oslo

GUÍA PARA LA RECOGIDA  
E INTERPRETACIÓN DE  
DATOS SOBRE INNOVACIÓN

El Manual de Oslo define la innovación como la “*introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, **producto** (bien o servicio), **proceso**, método de **comercialización**, **o método organizativo**, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores*”.

**¿DE DONDE  
SALE LA  
INNOVACIÓN?**

**CREATIVITY** IS LIKE  
GRAFFITI ON A  
WALL IT DOESN'T  
LOOK MUCH  
BUT WORTH  
EVERY SECOND

# Siglo XX

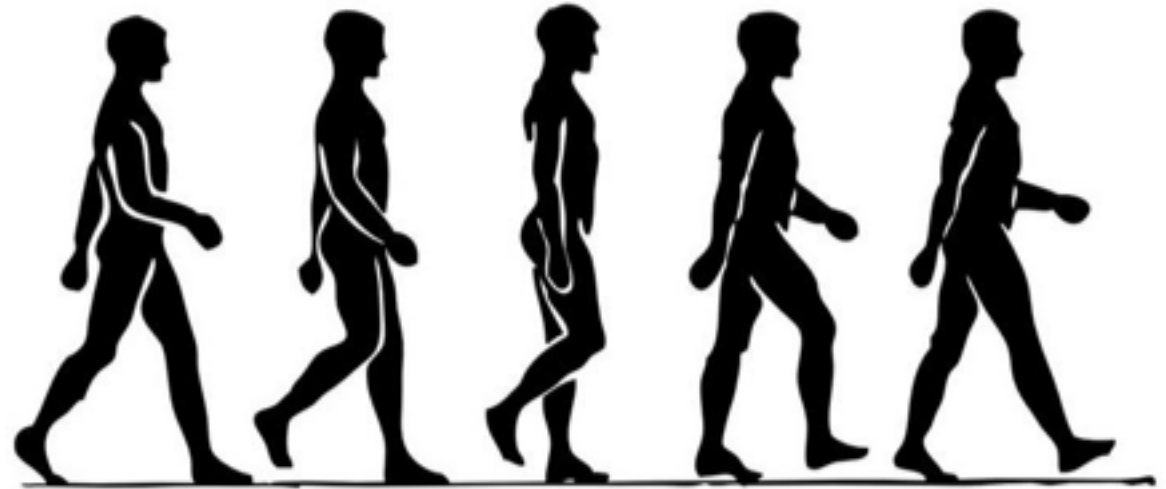
*¿Por qué cada vez que pido un par de manos vienen con un cerebro incluido?*



***Henry Ford***

# Siglo X

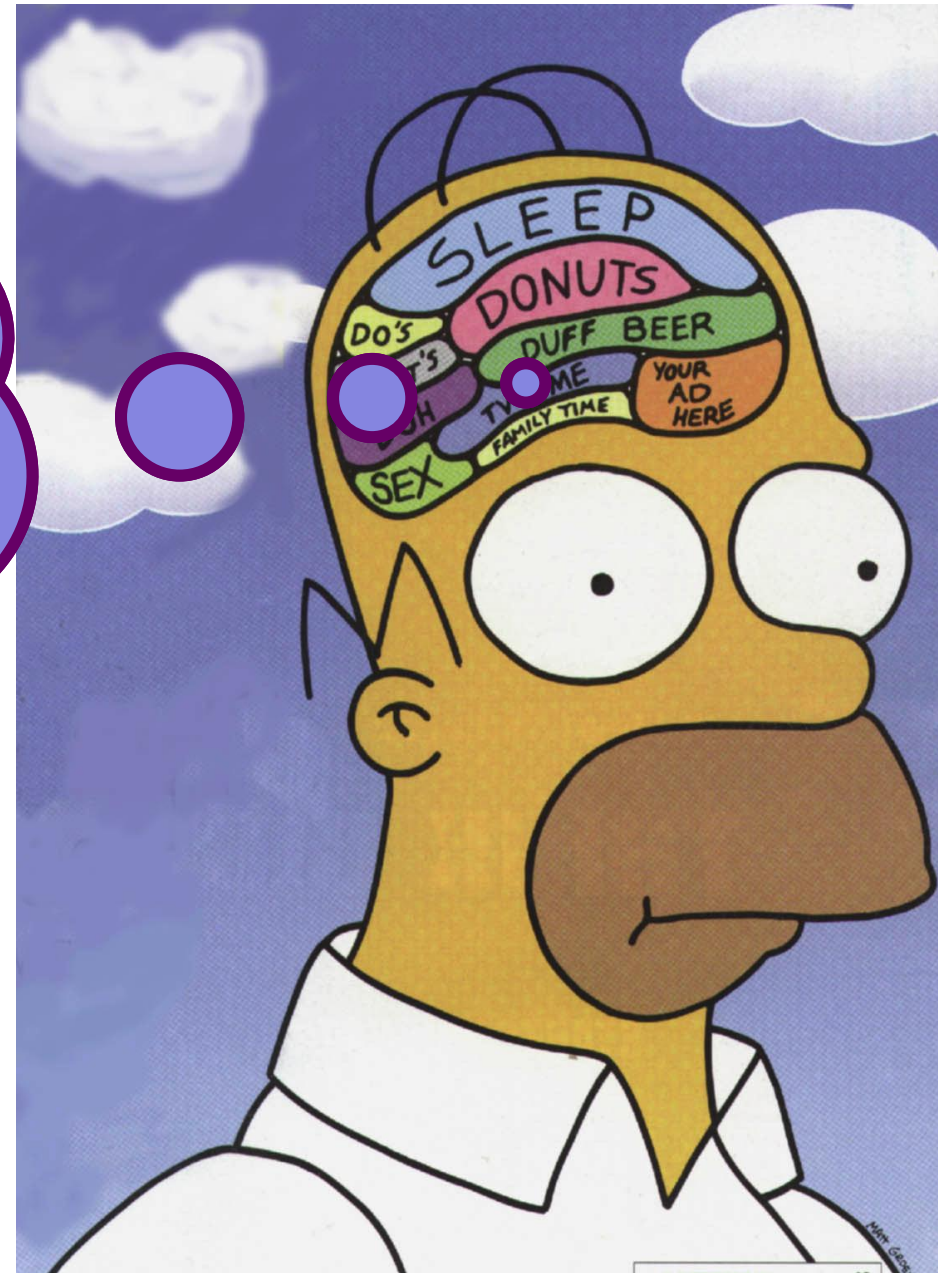
*Las ideas  
andan con los  
pies de los  
hombres*



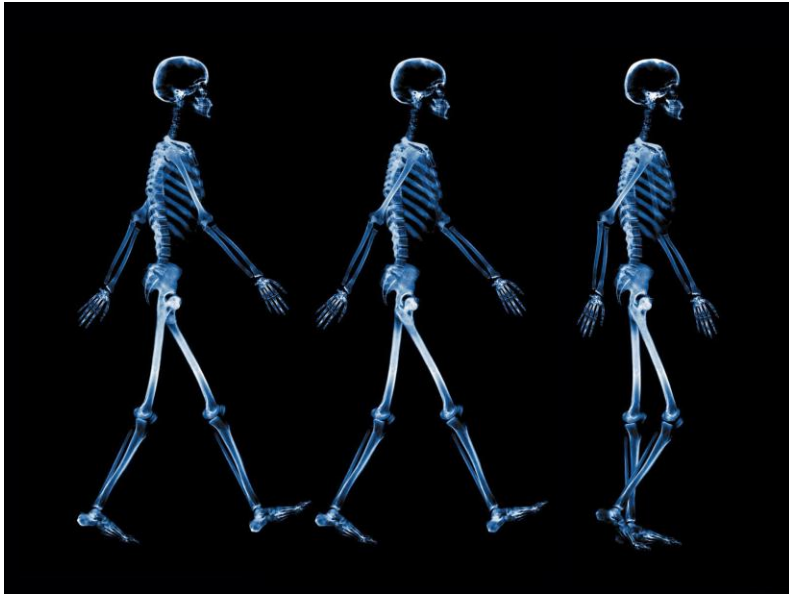
**¿DE DONDE  
SALE LA  
INNOVACIÓN?**

**CREATIVITY** IS LIKE  
GRAFFITI ON A  
WALL IT DOESN'T  
LOOK MUCH  
BUT WORTH  
EVERY SECOND

*¡De la  
creatividad de  
las Personas!  
(Gracias a Dios)*



# *Generar valor a partir del talento humano en las organizaciones del siglo XXI*



*Creativismo*

*Vs.*

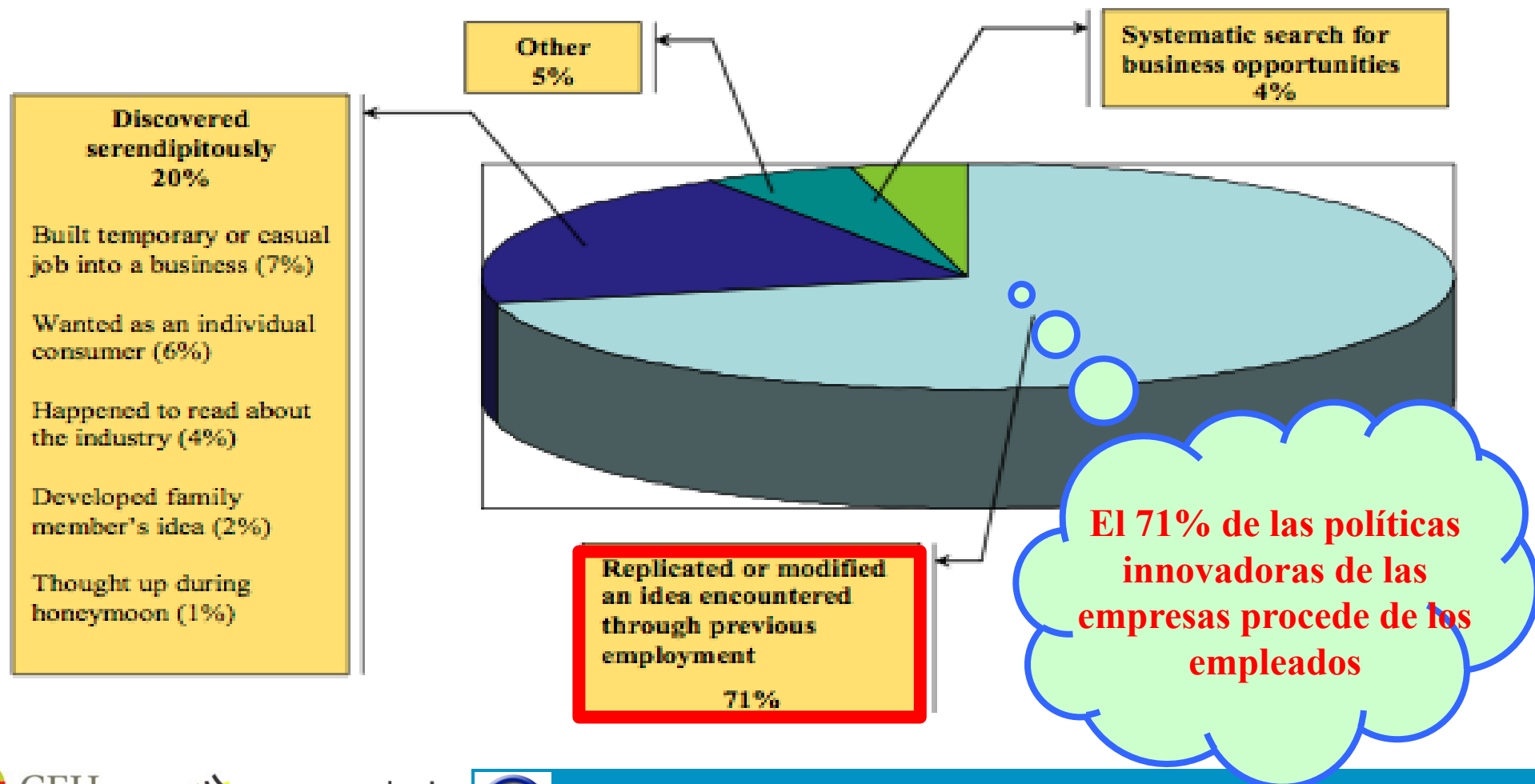


*Henry Ford*  
*Fordismo*

# Innovators and Pioneers

## Sources of Start-up Ideas

Percentage of 1989 Inc. 500 Founders Surveyed (Amar Bhidé)



# ***Bratz le gana a Barbie: Las modernas muñecas recibieron el apoyo de un juez sobre la guerra de plástico (21 Abril 2011)***



El pleito sobre la propiedad de las Bratz se remonta a 2004 cuando la compañía de la Barbie acudió a los tribunales por primera vez para reclamar las Bratz, que se habían convertido ya en seria competencia para su muñeca estrella.

Mattel argumentó que **Bryant estaba en su nómina cuando ingenió las Bratz, parecidas a las Barbie...**



## *La otra cara de la medalla.* Nintendo®



Ultra Hand, el  
juguete que  
salvó Nintendo  
(Yokoi)

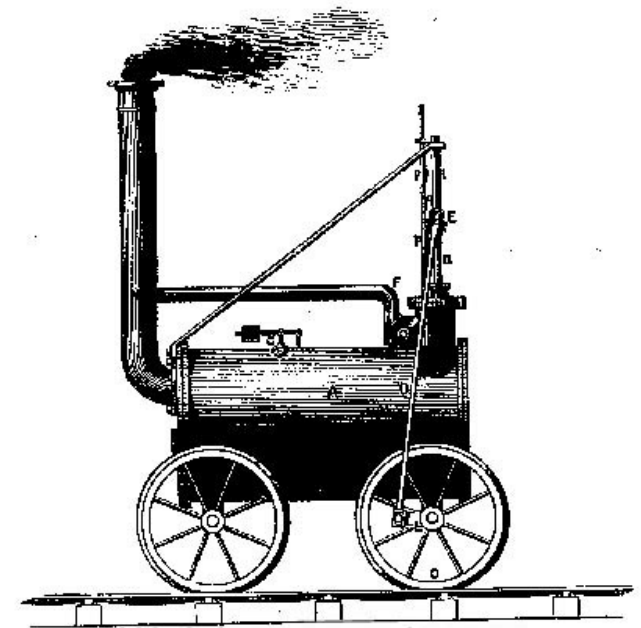
## La otra cara de la medalla. Nintendo®



## ¿Quién es innovador?

*“En las primeras máquinas de vapor había un muchacho ocupado constantemente en abrir y cerrar la comunicación entre la caldera y el cilindro, a medida que subía o bajaba el pistón. Uno de estos muchachos, deseoso de jugar con sus compañeros, observó que al poner una cuerda en la manivela de la válvula que abría esta comunicación y atar esa cuerda a otra parte de la máquina, la válvula podía abrirse y cerrarse sin su ayuda, y quedaba en libertad de jugar con sus amigos. Así, uno de los descubrimientos que más contribuyó a perfeccionar este tipo de máquinas se le debe a un niño que tan sólo buscaba la manera de ahorrar esfuerzo”.*

(Adam Smith, La Riqueza de las Naciones)



## El presidente de Deloitte apuesta por la innovación para competir

Cree que las empresas españolas ya no pueden rivalizar en costes

### Empleados con talento

El presidente de Deloitte opinó que ser competitivos no es tan fácil como destinar dinero a la investigación, y como ejemplo de ello apuntó que el 71% de las políticas innovadoras de las empresas procede de sus empleados. “Debemos adaptar nuestras empresas a la innovación”, ya que, explicó, en muchos casos las compañías consideran la innovación como un área de las que hay que responsabilizar a un área o a una persona concreta, cuando, en su opinión, debe considerarse como un elemento clave del negocio, “alrededor del cual hay que organizar todos los demás, de forma que al final se consiga una empresa innovadora”.



## ¿Cuánto corre la innovación?

COEFFICIENTS OF VARIATION IN DURATION OF INTERVAL PRIOR TO COMPETITIVE ENTRY

| Years of<br>Product<br>Introduction | Años | Mean<br>Duration | SD    | Coefficients<br>of Variation |
|-------------------------------------|------|------------------|-------|------------------------------|
| 1887–1936                           | 26   | 21.85            | 12.86 | .589                         |
| 1937–86                             | 20   | 6.50             | 3.83  | .590                         |
| 1887–1911                           | 7    | 26.71            | 14.22 | .532                         |
| 1912–36                             | 19   | 20.05            | 12.23 | .610                         |
| 1937–61                             | 14   | 7.43             | 3.99  | .538                         |
| 1962–86                             | 6    | 4.33             | 2.50  | .578                         |

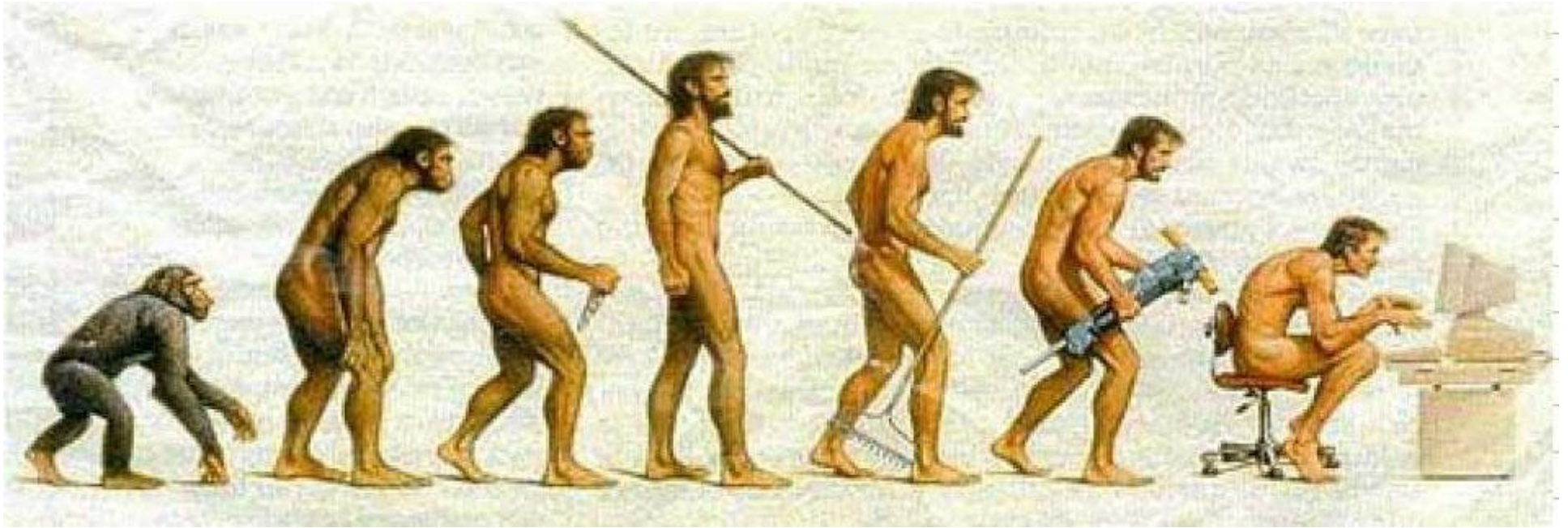
# ¿Cuánto corre la innovación?

## *El vestido de Kate Middleton pirateado en China*

*Fue copiado a **pocas horas de la boda** y ya se puede comprar en Internet. El traje de novia con el que Kate Middleton se casó el viernes con el príncipe Guillermo del Reino Unido fue copiado rápidamente por varias empresas en China y puesto a la venta en portales de venta por internet del país asiático a las pocas horas del enlace, recoge hoy la prensa china. Incluso el mayor portal chino de subastas, Taobao.com, ofrecía copias del vestido en el mismo día de la boda, señala hoy el diario oficial 'China Daily'.*



diariofemenino

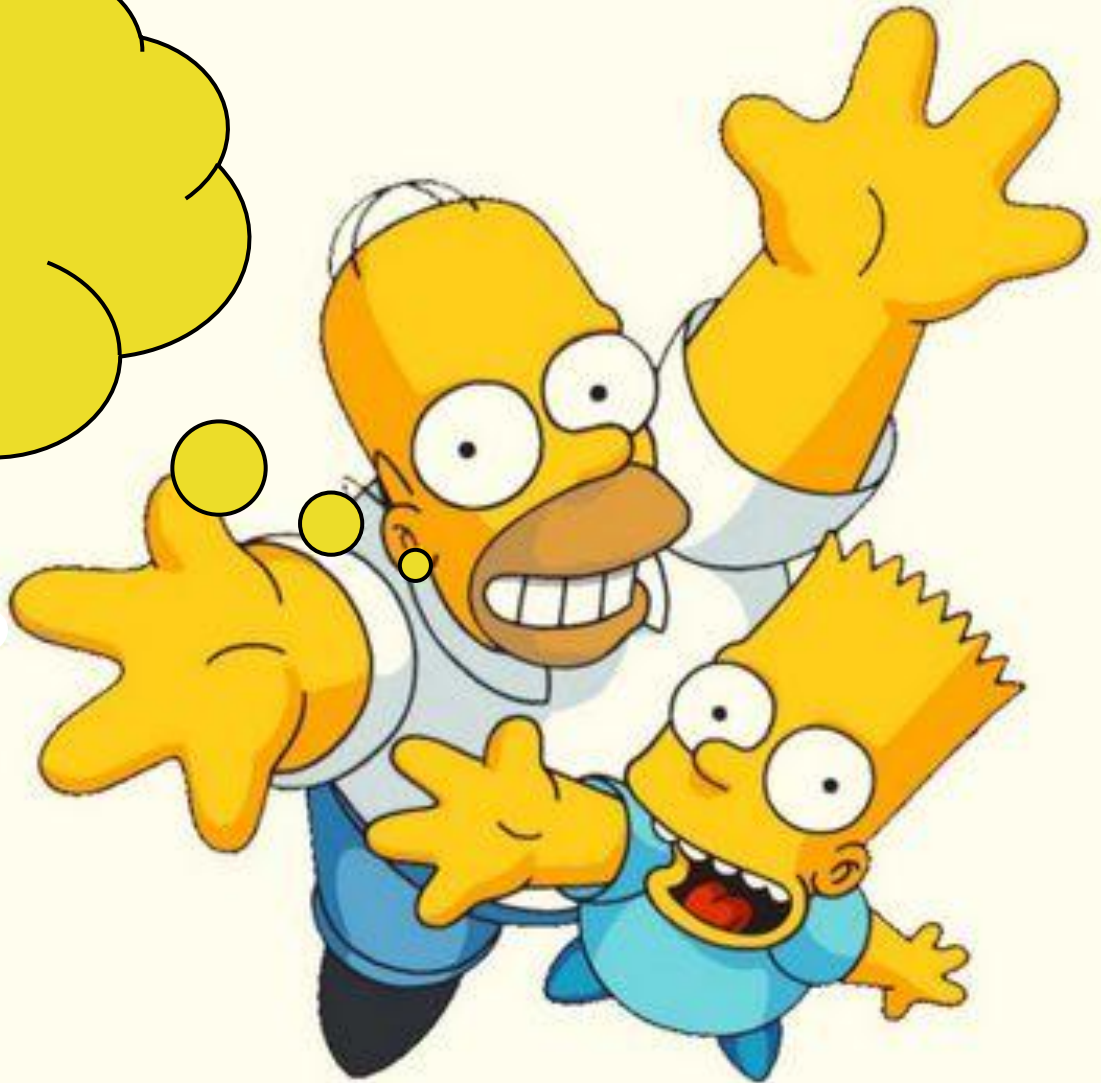


# ¿DE DONDE SALE EL CONOCIMIENTO? (TACITO)



*¡De las  
Personas  
Felices!*

AD?



# *El futuro del management*



En la última década, todas las empresas del planeta han trabajado mucho para reinventar sus procesos de negocios: logística entrante, dirección de inventario, satisfacción del cliente, soporte técnico, etc. Sin embargo, *pocas compañías han dedicado un grado similar de energía e imaginación al reto de reinventar sus procesos de management...*



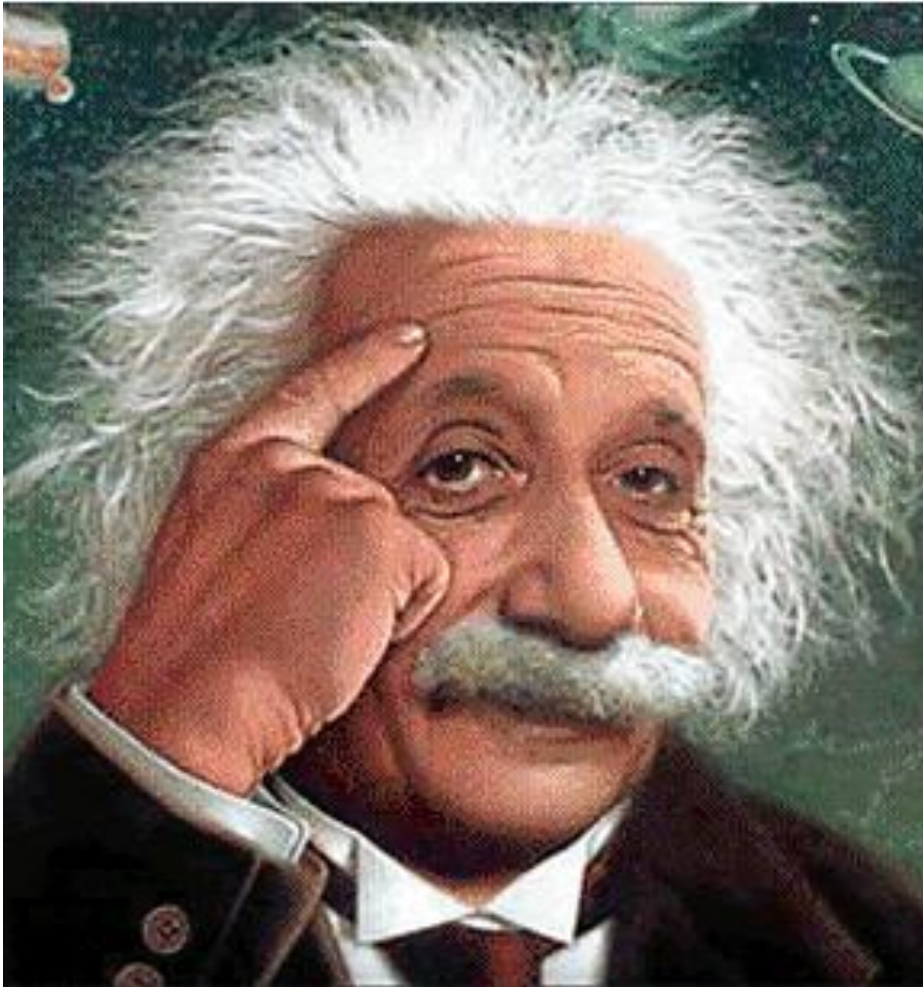
# *El futuro del management*



**El peor enemigo de la innovación es el management...**



## *El futuro del management*



Creo que ha llegado la hora de poner manos a los procesos de management porque, como bien decía Albert Einstein,

***“La verdadera locura es seguir haciendo lo mismo de siempre y esperar resultados diferentes”.***





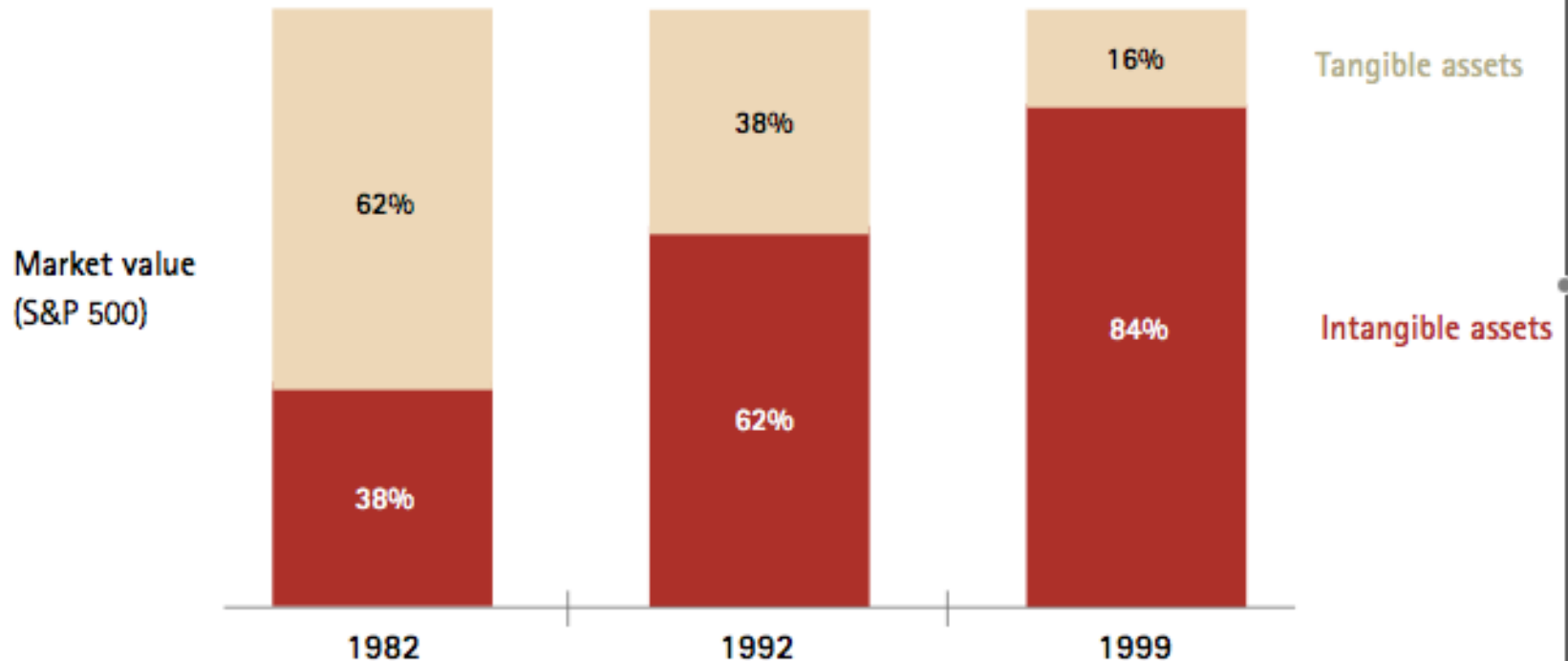
**El Capital Humano es  
la más poderosa  
fuente de innovación**



# El futuro del management: los activos intangibles

## Changing asset base

Over the past two decades, intangible assets have become the key value drivers in the economy.



SOURCE: JUERGEN H. DAUM, INTANGIBLE ASSETS AND VALUE CREATION, JOHN WILEY & SONS, 2002

*Las compañías deben descubrir la importancia  
de la extraordinariedad del hombre*



# Trabajar con buen humor

El economista Stefano Zamagni afirma, que

*“no sólo es posible compaginar la felicidad en el trabajo y la productividad, sino que es necesario atender a la cuestión de la felicidad si la empresa quiere ser competitiva”.*



# Trabajar con buen humor

El economista nota que la relación entre empresa y trabajador puede asumir dos formas:

😊 **“el intercambio de mercado”**: los dos actores (empresa y trabajador) buscan unos niveles de beneficios óptimos.

😊 **“el intercambio social”**: en esta relación entran en juego ciertos elementos inmateriales, como la **lealtad**, la **honestidad**, la **vocación**, etc... Pero, el trabajador estará dispuesto en aplicar un intercambio social solo cuando la empresa le aparezca como un **sujeto moral** que, realmente, quiere **atender a la cuestión del bienestar de sus trabajadores**.























### TOP 100 Most Valuable Global Brands 2010

| #  | Brand                  | Brand Value<br>2010 (\$M) | % Brand Value<br>Change 2010<br>vs. 2009 |
|----|------------------------|---------------------------|------------------------------------------|
| 1  | Google                 | 114,260                   | 14%                                      |
| 2  | IBM                    | 86,383                    | 30%                                      |
| 3  | Apple                  | 83,153                    | 32%                                      |
| 4  | Microsoft              | 76,344                    | 0%                                       |
| 5  | Coca-Cola*             | 67,983                    | 1%                                       |
| 6  | McDonald's             | 66,005                    | -1%                                      |
| 7  | Marlboro               | 57,047                    | 15%                                      |
| 8  | 中国移动通信<br>CHINA MOBILE | 52,616                    | -14%                                     |
| 9  | GE                     | 45,054                    | -25%                                     |
| 10 | vodafone               | 44,404                    | -17%                                     |

## *Google: una máquina de innovar*

Larry Page dice haber intervenido personalmente en el diseño y la distribución de las oficinas, pues sabía la importancia que revisten para este intercambio de ideas y de experiencias que suele ser la cuna de las innovaciones.

















----->Si no estas en Facebook... No Existes



*Se puede maximizar todo, la creatividad, la broma, y la calidad. Quien solo maximiza el beneficio no tiene éxito.*





Broadcast Yourself



# Humor, dulce humor

*“El trabajo más productivo es el que sale de las manos de un hombre **contento**”.*

(Victor PAUCHET)

En uno de lo más respetados estudios realizado hasta hoy, tres investigadores americanos analizaron los resultados de una Auditoría Laboral en la cual participaron casi 200.000 trabajadores de casi 8.000 unidades de negocio, pertenecientes a 36 empresas de 5 sectores diferentes, y mostraron que **los resultados a nivel de unidad de negocio, como la facturación del trabajador, la lealtad del cliente, la productividad y la rentabilidad, son influenciados por la forma en que los superiores abordan y resuelven los temas relacionados con la felicidad del trabajador.**

TRABAJADOR FELIZ = TRABAJADOR MÁS PRODUCTIVO



# Trabajar con buen humor: el concepto de felicidad

*“El humor es un elemento fundamental para el buen funcionamiento de las organizaciones. Sirve para **relativizar problemas**, **desdramatizar situaciones de tensión**, **positivar distintos puntos de vista** y, una cosa muy importante, para **generar confianza** por parte de los empleados. Es una de las mejores herramientas de que dispone hoy el directivo”*

(Salvador García)



# *Trabajar con buen humor: el concepto de felicidad*

Es importante subrayar que si una persona goza de verdadera alegría y educa su carácter, tiene el buen humor como algo permanente. El que tiene buen humor suele ser, al mismo tiempo, **abierto, paciente, acogedor y amable.**

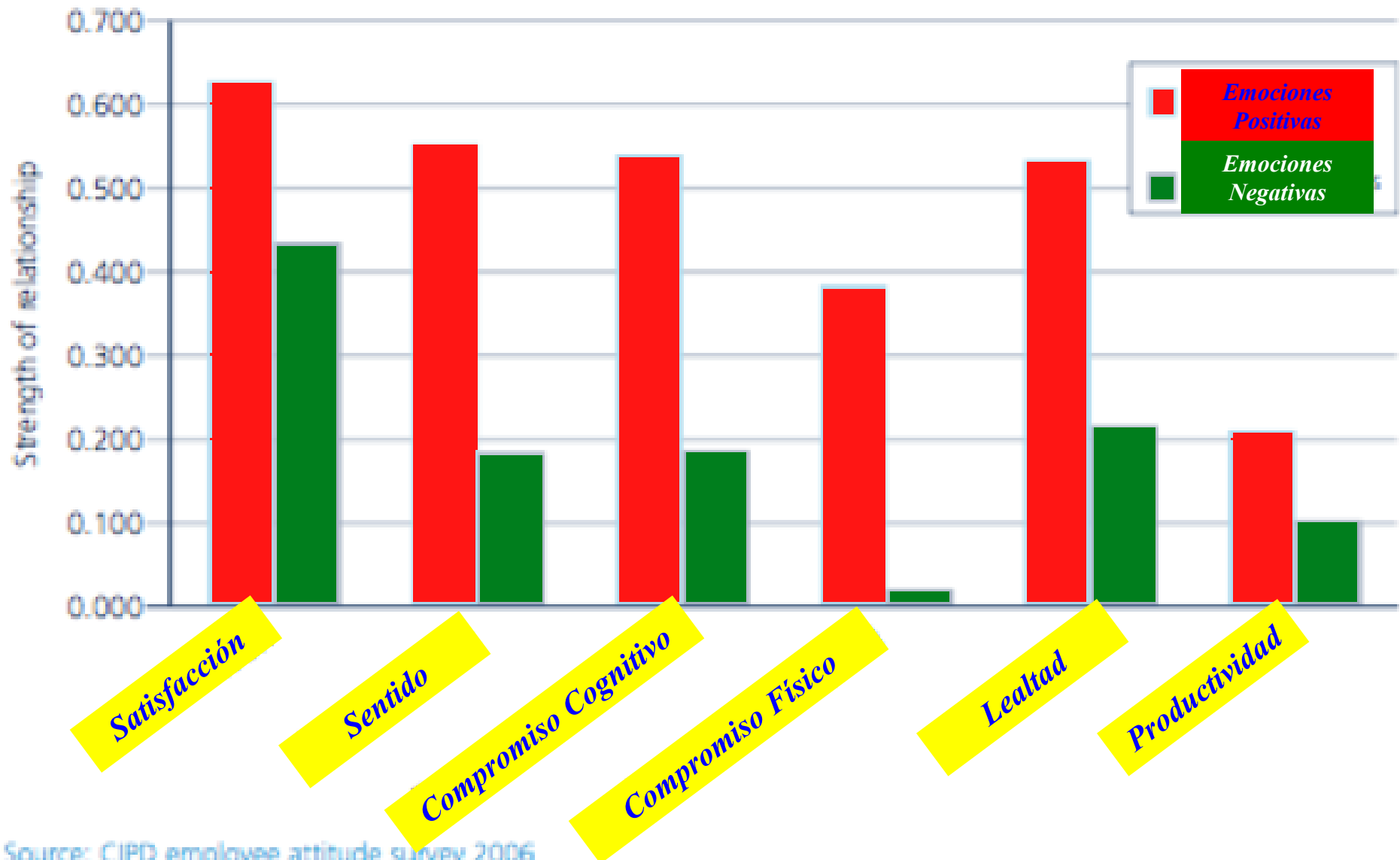


## *Trabajar con buen humor: la felicidad de grupo*

El famoso psicólogo americano Robert Stenberg, analizando el **porqué algunos equipos obtienen mejores resultados que otros**, nota que estos equipos actúan mejor cuando entre sus miembros se establece una organización donde **reina la armonía interna y los trabajadores son más felices**. La armonía interna y la felicidad, entonces, son la causa de la maximización de la productividad.



## La felicidad en el trabajo es un asunto serio



Source: CIPD employee attitude survey 2006

# Trabajar con buen humor: algunas explicaciones científicas

Según los investigadores de Psicología Positiva, las personas positivas y felices **forman relaciones positivas más rápidamente**, ya que cada uno de nosotros siempre trata de elegir como compañeros a las personas que son más afines en las dimensiones de valores, intereses, personalidad, etc... Los resultados empíricos muestran que las actitudes positivas pueden justificar una **variación en la productividad entre un 4% y un 25%**.



# *Trabajar con buen humor: algunas explicaciones científicas*

Los investigadores están de acuerdo que el recurso al humor en un contexto organizativo puede determinar beneficios tanto a nivel individual como corporativo.



# Trabajar con buen humor: algunas explicaciones científicas

A nivel individual, las personas con sentido del humor:

- ☺ Trabajan mejor en equipo;
- ☺ Son más creativas;
- ☺ Solucionan los problemas en vez de quejarse de los mismos;
- ☺ Tienen más energía;
- ☺ Son más optimistas;
- ☺ Están más motivadas;
- ☺ Enferman menos;
- ☺ Aprenden más rápidamente;
- ☺ Se preocupan menos de los errores y, como consecuencia, fallan menos;
- ☺ Toman mejores decisiones;
- ☺ Tienen más confianza reciproca;
- ☺ Tienen meno ansiedad estrés;
- ☺ Tienen un más intenso sentido de organización.



# Trabajar con buen humor: algunas explicaciones científicas

A nivel corporativo, el sentido del humor ayuda a:

- 😊 Atraer nuevos y mejores empleados;
- 😊 Establecer una comunicación más fluida entre los trabajadores;
- 😊 Mejorar el compromiso de los trabajadores con la empresa;
- 😊 Mejorar la satisfacción de los consumidores;
- 😊 Reforzar la cultura empresarial;
- 😊 Reducir el índice de rotación del personal;
- 😊 Aumentar y Mejorar la productividad;
- 😊 Agilizar el aprendizaje de nuevas tareas;
- 😊 Comprender mejor la misión de la empresa.



## Trabajar con buen humor

Los gurús de la Gestión de la Calidad Total (TQM) – Deming Ishikawa y Juran – están convencidos de que el objetivo primario de una empresa es mantenerse en los negocios, pero, también, proveer un marco general para la satisfacción económica y para el crecimiento personal de los miembros de la organización.

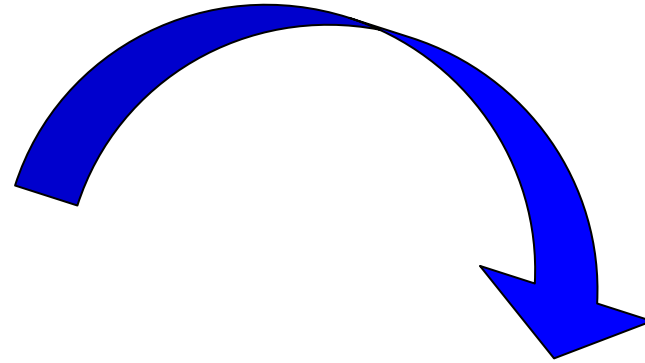
En particular, Kaoru Ishikawa ya en el año 1985 había llegado a afirmar que *“una organización cuyos miembros no son felices y no pueden alcanzar la felicidad, simplemente no merece existir”*.



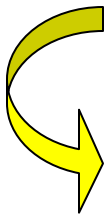
# Trabajar con buen humor



**TQM**  
It Really Works!



*¿Cómo ir de Total Quality Management a  
Te Quiero Mucho?*



***La empresa Feliz***



## Trabajar con buen humor: la empresa feliz

### EMPRESAS FELICES = EMPRESAS RENTABLES

Dan Baker  
Cathy Greenberg  
Collins Hemingway



 Gestión 2000

Empresa feliz es “una organización en la que los individuos a todos los niveles de autoridad muestran una variedad de puntos fuertes y **trabajan en equipo de forma constructiva en pos de un objetivo común...**”

## Trabajar con buen humor



*“Los líderes de las empresas infelices no han aprendido la lección más importante que un líder puede aprender: no se puede dirigir una compañía eficiente y dinámica basándose en el miedo...”.*

# La empresa del buen humor

Empresa del buen humor significa:

- ☺ contar con personas que **están habitualmente alegres, que tienen ilusión por su trabajo y lo contagian a los demás;**
- ☺ gestionar los problemas **con la actitud de resolverlos** en vez de crear otros nuevos;
- ☺ saber aprovechar **todo** lo que sea bueno y positivo;
- ☺ **no asustarse ante las dificultades ni antes los defectos** de los demás;
- ☺ buscar siempre, con iniciativa, el modo de **poner las cosas en orden;**
- ☺ participar a la creación del **bien común.**



## Trabajar con buen humor

El psicólogo Schneider señalando que son **las personas las que crean el lugar de trabajo**, apunta que “hemos intentado cambiar las organizaciones, modificando sus estructuras y sus procesos cuando, en realidad, son las personas las que tienen que cambiar...”

*... ahora es la hora de buscar las explicaciones en las personas... Indudablemente son las personas las que constituyen el lugar de trabajo ”*



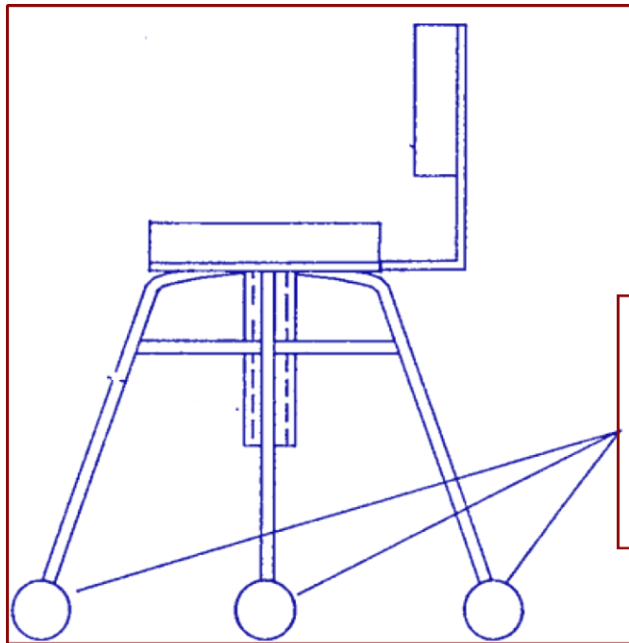
# Trabajar con buen humor



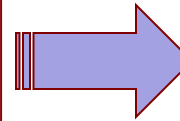
*...Volvamos a las personas, de donde toda innovación surge y a donde toda innovación retorna...procuremos facilitarles apoyo, confianza, motivación y medios para que se pongan a pensar...*

## ***La empresa del buen humor: ¡ojo, no seamos cínicos!***

Si la felicidad de la empresa consiste en actuar conforme a las virtudes, no quiere decir que la empresa se olvide de las nociones comunes acerca de la felicidad: **placer, riqueza y honores**. De hecho, **la empresa del buen humor, primero de todo, tiene que estar en condiciones de seguir produciendo riqueza.**



- 1. Capital***
  - 2. Gestión***
  - 3. Persona***
- s***



Del buen **equilibrio** entre las tres patas depende la estabilidad y perennidad de la organización. Si uno de los pilares tiembla, se pierde el equilibrio...

# *Houston, we have a problem:* *Los trabajadores están enfermos*



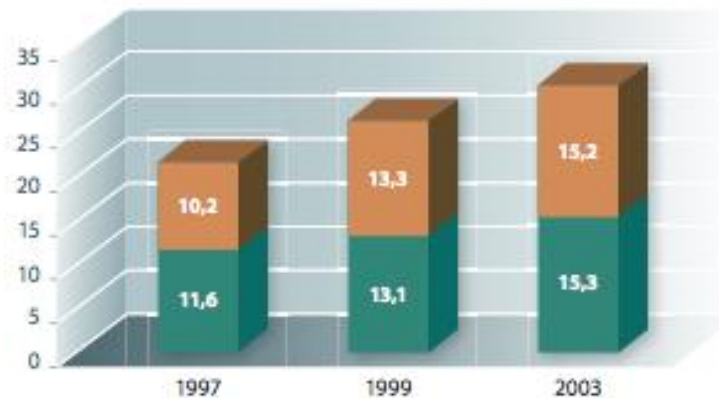
# La empresa tóxica: consultas médicas por causas laborales



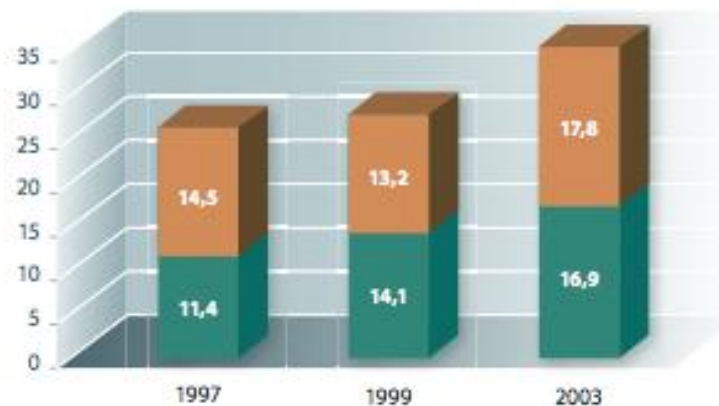
## Consultas médicas por causas laborales

SERVICIOS  
INDUSTRIA

### HOMBRES



### MUJERES



## La empresa tóxica



- 25 percent of European citizens will experience a mental health problem during their life time
- 27 percent of the adult population in Europe is affected by mental health problems, that is 93 million people
- The World Health Organization estimates that by 2020 depression will become the second most important cause of disability in the world

La OMS estima que en el 2020 la depresión será la segunda causa de inhabilidad laboral

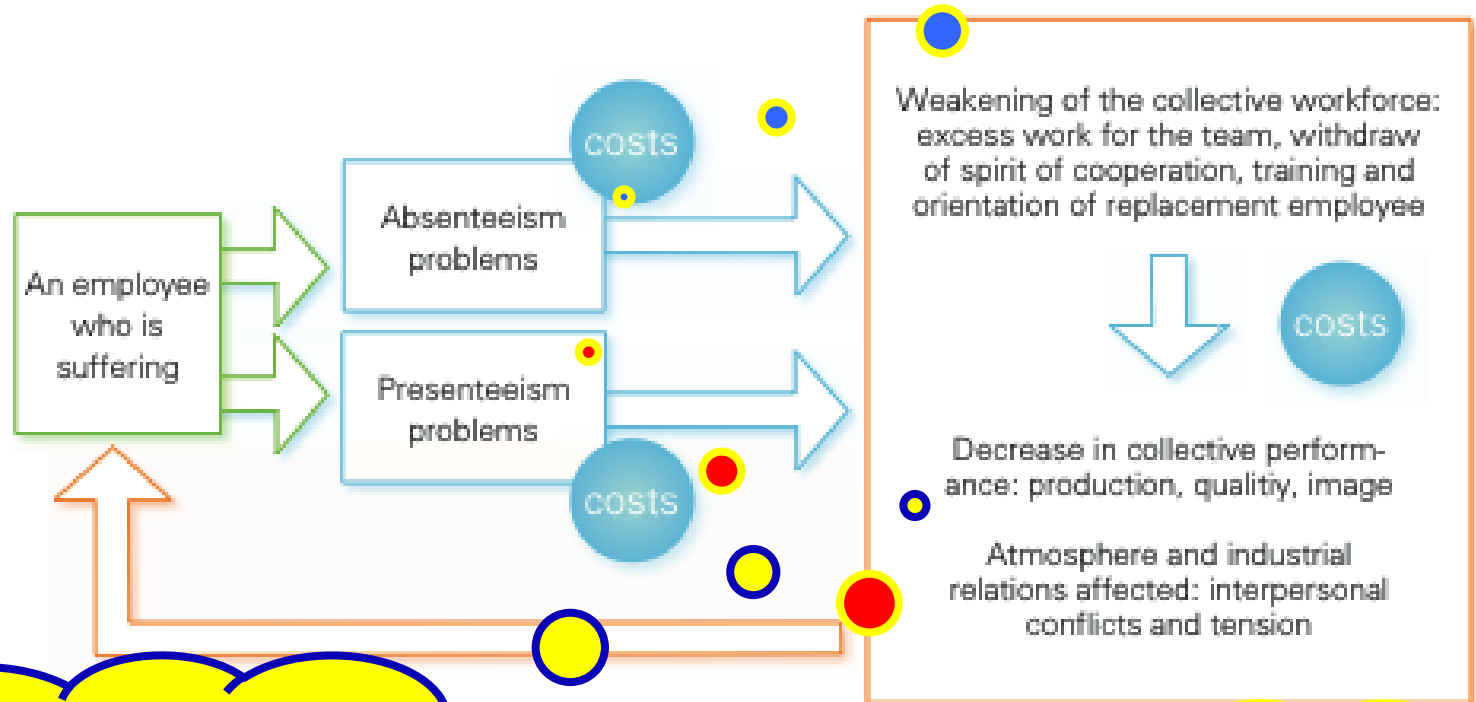
En Europa los costes de la depresión en el trabajo son de 240.000 millones de euros, de los cuales, 136.000 millones se deben a la perdida de productividad

- Across Europe the levels of absenteeism, unemployment and long term disability claims due to work related stress and mental health problems have been increasing. For example: Around 10 percent of long-term health problems and disabilities can be ascribed to mental and emotional disorders
- Total costs of mental health disorders in Europe are estimated to be 240 billion Euro per year. Direct costs such as medical treatment account for less than half of this sum. The larger amount of 136 billion Euro is due to lost productivity including sick leave absenteeism

# La empresa tóxica



An employee who is suffering costs the company...



Decremento de la performance colectiva: producción, calidad, reputación

Absentismo  
Y  
Presentismo





# El perro, la pantera y el mono

Un tío va con su perro de safari por África. En un momento dado, el perro sale corriendo tras unas mariposas, se aleja del grupo, se extravía y comienza a vagar solo por la selva.



De pronto, ve que a los lejos viene una pantera enorme a toda carrera y piensa rápido qué hacer. Viendo un montón de huesos de un animal muerto, empieza a mordisquearlos. Cuando la pantera está a punto de atacar, el perro dice:

*“¡Ah!, ¡¡qué rica pantera me acabo de comer!!*

Al escuchar eso, la pantera frena en seco, gira e sale atemorizada pensando:

*¡Quien sabe qué animal será ese, que no me vaya a comer a mí también!*

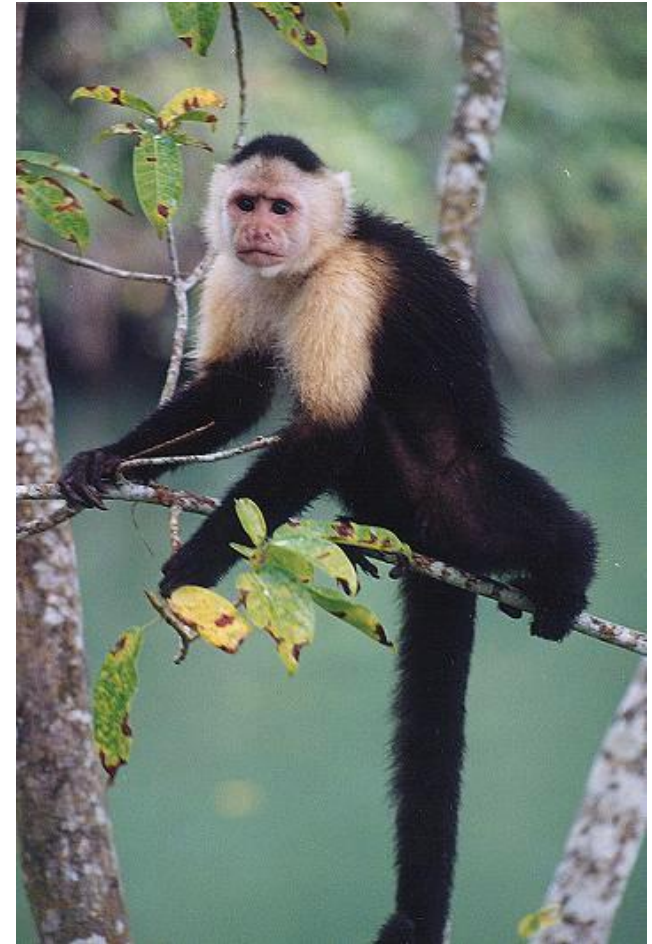


Pero, un mono que estaba en un árbol cercano y que había visto la escena, sale corriendo detrás de la pantera para contarle el engaño del perro:

*“¡Mira que eres estúpida! Esos huesos ya estaban allí, además ese animal es un simple perro”.*

Entonces, la pantera le dice al mono:

*“¡Súbete a mi espalda que vamos a ver a ese perro y a ver quién se come a quién!”*



El perro, que se había dado cuenta de la mala jugada que le había hecho el mono, ve venir de nuevo a la pantera: ¿¿Y ahora qué hago??,

Entonces, en vez de salir corriendo, se queda sentado dándoles la espalda como si no les hubiera visto y, en cuanto la pantera está a punto de atacar de nuevo, dice:

“¡Este mono tonto! ¡¡Hace como media hora que le mandé a traerme otra pantera y todavía no aparece!!”





**MORALEJA:**  
**" EN MOMENTOS DE CRISIS,**  
**SÓLO LA CREATIVIDAD**  
**ES MAS IMPORTANTE**  
**QUE EL CONOCIMIENTO".**

**Procura ser creativo como el perro,**  
**evita ser superficial como la pantera,**  
**y... sobre todo... nunca... nunca...**  
**seas tan canalla como el MONO.**



*“La potencia intelectual de un hombre se mide por la dosis de humor que es capaz de utilizar. ”*

*(Friedrich Nietzsche)*

*Muchas gracias por vuestra paciencia*  
*¡Qué el buen humor os acompañe siempre!*



[salvatore.moccia@uch.ceu.es](mailto:salvatore.moccia@uch.ceu.es)



CEU  
Universidad  
Cardenal Herrera



Salvatore Moccia, 2011