



THE DRAGONS

SOCIAL POWER

2026

AWARDS OF HAPPINESS®

BY **World Vision**



THE
DRAGONS
AWARDS OF HAPPINESS®

The Power of the People

DRAGON

SOCIAL POWER

AWARDS OF HAPPINESS®

FILOSOFÍA

1

OBJETIVOS

Mejora la imagen reputacional de la empresa
Afirma el legado de la empresa en la comunidad
Aumenta el Compromiso y *Engagement*
Atrae al mejor talento
Incrementa el sentimiento de equipo

2

COLABORADORES

Los colaboradores evalúan a la empresa en materia de SOCIAL POWER contestando de manera anónima el OHT.
Dos semanas para completar el proceso.

3

OHT (ORGANIZATIONAL HAPPINESS TEST)

El OHT es la encuesta propia que estudia PILARES específicos del comportamiento humano dentro de la organización.
3 Pilares : Propósito, RSC y Voluntariado.
Número de preguntas: 20

4

ÍNDICE DE LA FELICIDAD

En función de las respuestas de los colaboradores y de nuestra metodología se obtiene el **ÍNDICE DE LA FELICIDAD** que cada año retrata la posición de la empresa.

5

INFORMES PSICODEMOGRÁFICOS

Los Informes Psicodemográficos de la Felicidad más detallados del mercado con datos rigurosos que permiten establecer **campos de actuación**
Indicadores psicodemográficos personalizables: género, generación, nivel jerárquico, estudios, departamentos, lugar, áreas, etc...

6

AWARDS OF HAPPINESS®

HeadQuarters en Miami, Florida. USA.
Modelo avalado en más de 25 países.
Más de 200.000 respuestas encuestadas.
Fundamentos científicos.

DRAGON

SOCIAL POWER

AWARDS OF HAPPINESS®

METODOLOGÍA

NECESIDAD

Las organizaciones trabajan para conseguir un impacto notorio en la comunidad y dejar un legado en el tiempo.

- Apoyar a la comunidad que les rodea y a sus miembros
- Enseñar a sus colaboradores a ser activos en el cambio
- Fomentar valores como justicia, igualdad y respeto
- Mejorar Employer Branding y atraer y retener el mejor talento

SOLUCIÓN

Awards of Happiness® Social Powered by World Vision permite alinear el Propósito, la R.S.C. y el Voluntariado Corporativo.

- Empodera los colaboradores mediante programas de Voluntariado y R.S.C.
- Mejoran sus dotes de liderazgo y de trabajo en equipo
- Implicación por hacer el mundo un lugar mejor
- Demuestra compromiso y generosidad por y para la Comunidad

PROPÓSITO - PILAR 1

- Los colaboradores se integran en el propósito de su empresa
- Comunicación interna eficaz de cambio que lidera la empresa
- Los colaboradores sienten que son embajadores de su empresa
- Conocen y participan en las alianzas con asociaciones sin ánimo de lucro
- Mediante su implicación logran un impacto positivo en la comunidad

R.S.C. - PILAR 2

- Los colaboradores participan en el diseño de la Responsabilidad Social Corporativa
- La empresa anima la participación activa en los proyectos
- Los colaboradores están orgullosos de la RSC de su compañía
- Conocen y comparten el calendario de acciones previsto de la RSC
- Los indicadores de medición de la RSC son transparentes y se comparten los datos para valorar y celebrar el impacto positivo producido

VOLUNTARIADO - PILAR 3

- La empresa diseña proyectos interesantes de voluntariado corporativo
- Se fomenta la flexibilidad en el trabajo para permitir la participación en los proyectos de voluntariado
- El equipo está involucrado y motivado
- Los líderes predicán con el ejemplo e inspiran participando
- Se comparte el impacto del esfuerzo colectivo

DETALLES DE LA METODOLOGÍA

- Probada y contrastada con empresas internacionales
- Confidencial y anónima las respuestas de los colaboradores
- Fácil y directa, ya que el proceso dura dos semanas
- Informes Psicodemográficos de la Felicidad más detallados del mercado
- **Con el apoyo de la ONG World Vision, la comunidad internacional de agentes de cambio que marcan una diferencia real y duradera en las vidas de todo el mundo.**