



# Motivación

**Sea para fortalecer equipos, estimular la creatividad de los colaboradores, comunicar los valores de la empresa o recompensar a clientes estratégicos, los eventos relacionados con la motivación siguen siendo un poderoso medio de acción al servicio de la empresa. Incluso con presupuestos cada vez más limitados.**

Por Anne Golec

## *Brainstorming* en el desierto

¿Por qué recorrer miles de kilómetros si al final uno permanece entre cuatro paredes para una reunión? Esto es ineludible durante las convenciones y seminarios, pero también se puede aprovechar el cambio de entorno para perseguir los objetivos de la empresa con eficacia y audacia, optimizando los recursos del destino. La DMC emiratí Gulfe Circle Tours reunió a 120 directivos procedentes de todas las partes del mundo en Dubái y organizaron una sesión de *brainstorming* en pleno desierto.

A solo media hora de los rascacielos les esperó una reunión muy especial: la configuración de las mesas podía recordar a la de cualquier sesión de trabajo en sus oficinas. Con la diferencia de que estaban rodeados de dunas, sin electricidad ni dispositivos electrónicos y desconectados de cualquier tecnología. Al amparo de las sombrillas en el mes de enero, cuando las temperaturas lo permiten, el espacio de trabajo se convirtió en un verdadero oasis donde concentrarse e intercambiar ideas. Un soplo de originalidad en este mundo cada vez más conectado.





## Networking en un viñedo

¿Qué mejor que un regreso a la vida del campo para transmitir valores relacionados con la autenticidad y ofrecer un cambio total de aires? Esto es lo que propuso una compañía suiza a sus 120 comerciales, llegados del mundo entero a Cataluña (España) para su seminario anual. Además de la presentación de las orientaciones en materia de marketing y una cena glamurosa en la playa, la agencia española Event One, encargada de la organización, incorporó al evento una actividad tan original como ancestral coincidiendo con la vendimia.

Los asistentes tuvieron que formar equipos y participar en un concurso en el viñedo de Viladellops. El objetivo fue cosechar el máximo de uvas antes de prensarlas con los pies. Fue una verdadera experiencia para muchos de los participantes, adeptos al vino pero que nunca pensaron participar en su elaboración. Se añadieron otras pruebas al programa como serrar troncos en equipos o practicar tiro con arco. Convertirse durante unas horas en vendimiador o leñador sirvió para crear vínculos entre participantes procedentes de diversos países.

La agencia argentina AV Business-Communication también organiza esta actividad en su país, una opción para marzo-abril. En Europa, la vendimia se realiza en septiembre-octubre.

## Sin hándicaps

La selección de fútbol para ciegos de Argentina ha sido dos veces campeona mundial. AV Business-Communication decidió integrar en el equipo a una delegación de comerciales. Con los ojos cubiertos con un antifaz, intentaron arrebatar el balón al contrario y marcar goles en una pequeña cancha habilitada para el evento.

Fue una experiencia divertida y enriquecedora durante la que se pudieron compartir valores como el compañerismo y el afán por colaborar. La actividad terminó con una charla de algunos miembros de la selección y su entrenador, comentando los desafíos que han tenido que superar para triunfar en la vida y en el deporte.







## Reality show

Los protagonistas de esta actividad fueron 70 representantes a quienes la empresa premió por las ventas realizadas en el último ejercicio. El destino: la isla Reunión, en el Océano Índico, con un programa inspirado en los *reality show* elaborado por la agencia francesa Connect Factory y la DMC Connections.

La isla se presta sobremanera a las actividades de aventura, por eso no fue difícil confeccionar un recorrido que permitiese visitar lo más emblemático del destino y practicar al mismo tiempo deportes extremos. Siempre con el objetivo de generar una atmósfera de suspense y estimular a quienes no temen las subidas de adrenalina.

Los equipos fueron definidos por sorteo y cada día descubrían cuál era el plan y recorrido de la jornada: entre las actividades, tuvieron que resolver enigmas que les daban puntos con el apoyo de la gente local, hacer parapente, atravesar túneles de lava bajo de un volcán, practicar senderismo acuático, descender ríos en *rafting* o sobrevolar en helicóptero un circo glaciar. Fue un concentrado de aventura con el objetivo de hacer del viaje una experiencia única que sólo se podría vivir con el grupo.

## “Callejoneando”

La agencia mexicana Strategy and Events organiza esta actividad para un máximo de 100 personas en Zacatecas (México). El recorrido comienza en una plaza cerca de la catedral y dura aproximadamente una hora durante la que se hacen paradas fotográficas, degustaciones de mezcal o tequila... además de invitar a los locales a que se unan a la fiesta. Los tres kilómetros del paseo, contemplando los bonitos edificios coloniales de la ciudad, son amenizados con bailes folclóricos en cada plaza que se atraviesa. Terminan resultando cortos.

Pero las sorpresas no acaban ahí: a la entrada de una mina real, la Mina de Edén, los integrantes del grupo reciben su casco y se sumergen en el interior. Pueden sentirse como los conquistadores que en el siglo XVI descubrieron los metales preciosos cuyas vetas aún se perciben en la mina.

La fiesta puede continuar con la música más actual y hasta altas horas de la madrugada gracias a la tecnología instalada para lograr los mejores sonidos e iluminación: espectáculos basados en el folclore, cócteles, gastronomía local... hacen las delicias de los participantes.





## Estrellas de la samba

El mítico carnaval de Río de Janeiro sólo tiene lugar una vez al año. Pero eso no significa que solo se pueda vivir una vez al año. Lo demuestra la experiencia de este grupo invitado a un viaje de incentivo en Brasil. La visita a la escuela de samba Unidos da Tijuca ofreció la posibilidad de descubrir este universo desde su interior, comprendiendo cómo se prepara este emblemático evento y poniéndose en la piel de los protagonistas.

La actividad, organizada por la DMC Passion Brazil, comenzó con explicaciones sobre la historia de la samba y las etapas de preparación del carnaval, que incluyen la elaboración de los trajes y de las esculturas alegóricas de las carrozas. Tras una presentación de los instrumentos de percusión y una demostración de samba, los asistentes empezaron a tocar en grupo y practicaron los pasos junto a las bailarinas de la escuela. Sin duda entre las mejores de Brasil, ya que Unidos da Tijuca fue campeona del Carnaval 2014.

## Construir una máquina de Goldberg

Rube Goldberg es un americano que se hizo famoso por sus instalaciones llenas de fantasía, aunque seguramente no pensó en utilizarlas para *teambuilding*. Sin embargo, sus máquinas constituyen un ejercicio perfecto para fomentar la creatividad y unir equipos. La agencia española Catalan Concept lo propuso como actividad para un grupo de 80 personas.

Tuvieron que cumplir su misión en unas horas y consistió en construir una máquina al estilo Goldberg y hacer un vídeo para presentarla con todo el grupo. Tuvieron a su disposición objetos de todo tipo: hilo, tubos, tablas, juguetes, pelotas... que fueron ensamblando para crear un montaje con efecto dominó. Se permitió pedir consejos a expertos.

El interés de este taller es que obliga a compartir el trabajo, estimula la imaginación y hace que todos persigan un objetivo común desarrollando competencias muy diversas. El hecho de crear algo concreto resultó también muy atractivo para los participantes.

