



Motivación

Por Anne Golec

En todas las propuestas que presentamos, ya sea por el disfrute de la naturaleza de una manera especial, el impacto generado con la actividad o la recepción de lo elaborado semanas después, se consiguió el objetivo principal: que el estímulo perdure en el tiempo.

Campamento para niños grandes

“Seminarios felices”: así se llama la propuesta de la agencia francesa Insolit'Pro que organiza jornadas profesionales inspiradas en los campamentos de verano infantiles. La idea es crear una atmosfera muy diferente a la de los eventos empresariales clásicos a través de situaciones inhabituales, además de darle un toque nostálgico a la experiencia. Los nueve participantes no fueron alojados en un hotel sino en tiendas de campaña cerca de un bosque.

Durante dos días tuvieron que cumplir pruebas, probar platos, hacer ejercicios de mimo, comunicar con banderas o construir una cesta para un huevo. Terminaron la jornada reunidos en torno al fuego. Estimular la creatividad y favorecer el trabajo en equipo eran los objetivos principales de este seminario. Se puede organizar para grupos de hasta 300 personas y completarlo con más actividades como una búsqueda del tesoro nocturna o un taller culinario.



Elaboración de cerveza

La especialidad local de Bélgica también sirve para ejercicios de *teambuilding*. Así lo imaginó la empresa BrewSpot, con sede en Bruselas, para un grupo de 60 personas de una misma empresa. Tras un curso teórico sobre la bebida nacional, aprendieron sobre las diferentes etapas de la elaboración de cerveza a partir de los ingredientes de base: malta, flor de lúpulo, levadura y agua.

Los participantes hicieron después la mezcla y su reto fue inventar una receta propia. El grupo creó de paso planes de comercialización de su producto. Cada equipo formaba una micro cervecería con jefe de proyecto, responsables de producción, calidad, investigación y desarrollo. Tuvieron que crear su marca y exponer cómo planteaban venderla. Semanas más tarde, la cerveza fue entregada en las oficinas de la empresa cliente.

Construcción solidaria

Aunque no eran albañiles, los participantes de esta propuesta contribuyeron a dar casa a familias de Montevideo. La agencia argentina Sintec-Tur propuso a 80 ejecutivos de una empresa de logística un día de trabajo en equipo con fin social. Fue organizado con la ONG Techo, que ha elaborado un modelo de casa. La empresa financió la compra del material de construcción y los empleados, divididos en equipos de diez, se pusieron manos a la obra: levantaron las paredes de madera, clavaron, pintaron y dejaron el techo puesto.

Trabajaron con las familias destinatarias, siendo especialmente apreciado el momento de entrega de las casas tras un brindis. Para los participantes, procedentes de varios países de Latinoamérica, fue una oportunidad de trabajar en conjunto por una obra que perdura en el tiempo.





Carreras en trineo

La carrera más simple puede transformarse en una competición lúdica y estimulante para sus participantes, aún más si se programa en un marco natural único. A una hora de Mendoza (Argentina), en plena cordillera de los Andes, la agencia argentina Huentata propuso la construcción de trineos de nieve que permites después hacer una carrera con el fin de trabajar la coordinación.

En este caso se organizó para un grupo de directores de banco: cada equipo conoció primero a un carpintero que les enseñó las herramientas de trabajo y les dio consejos. Después tuvieron que buscar por la montaña todo lo necesario para la fabricación, pudiendo guiarse con la ayuda de GPS. Una vez reunidos los elementos, tuvieron que armar el trineo y dotarlo de una marca comercial propia, imaginando el nombre, el logotipo y el mensaje de la marca. Tras un almuerzo de montaña, cada equipo hizo la presentación formal de su proyecto. Terminaron con la carrera de trineos en lo que fue la hora de la verdad para probar la obra realizada y a sus pilotos.



Aventura en la Araucanía chilena

Anaytours propone descubrir la región de las araucarias en Chile a través de un circuito de aventura, cohesionando grupos mientras se disfruta del entorno natural en esta región de bosques, lagos y volcanes. Proponen apreciar de cerca los árboles autóctonos a través del *team canopy*, con pruebas durante el recorrido que se deben resolver en grupo.

A continuación, el *team rafting* se organiza por grupos en el río Trancura entre los meses de noviembre y abril, ideales también para apreciar los árboles en todo su esplendor. Los participantes reciben las explicaciones sobre cómo manejar los remos y cada uno debe asumir un rol dentro de la lancha para recorrer en el menor tiempo posible la distancia establecida.



CON RESPONSABILIDAD

Por Redacción y CWT Meetings & Events

La organización de eventos puede ser algo muy positivo para una marca, pero también todo lo contrario. Si no se eligen los proveedores adecuados, se defienden comportamientos responsables y se prioriza el cumplimiento de los preceptos de la política de responsabilidad social, de poco sirve. Carlson Wagonlit ha publicado un interesante estudio sobre los “eventos éticos”.



Historicamente se ha asociado el cumplimiento de una política de responsabilidad social con el hecho de que los viajeros respeten las normas dictadas. No obstante, el creciente número de regulaciones gubernamentales influye en el modo en el que las organizaciones toman sus decisiones y rinden cuentas de sus actividades de compra. Como resultado, la consecución de los objetivos recogidos en el plan de RSE y la ética se han convertido en requisitos imprescindibles y deben ser tenidos en cuenta a la hora de elegir los proveedores con los que organizar reuniones y eventos.

A menudo, esta actividad está repartida entre distintas unidades de negocio, lo que puede generar dificultades a la hora de llevar a cabo “eventos éticos”. La experiencia no siempre es buena consejera: las empresas que organizan de forma frecuente reuniones y eventos son muchas veces susceptibles de cometer abusos relacionados con la falta de visibilidad y, por tanto, de con



trol a nivel central. A medida que salen a la luz más casos de soborno y corrupción, crece la preocupación en el sector de las reuniones y eventos sobre cómo mitigar los riesgos.

Ejemplo de ello es que la actividad en el sector farmacéutico está sujeta a crecientes regulaciones y es probable que otros sectores, particularmente el médico, no se libren de ser supervisados por los gobiernos.

Reducir riesgos

La buena noticia es que existen muchas maneras de asegurar que lo que se organiza se lleve a cabo de manera adecuada y se mitiguen los riesgos de soborno y corrupción:

- Incrementar la visibilidad. Cuanto más gasto se gestione a nivel central, mejor; es una garantía de que éste se escruta debidamente. También es aconsejable desalentar el uso de efectivo siempre que sea posible. Para la mayor parte de las empresas, las reu-

niones y los eventos son áreas críticas en las que es difícil garantizar que todo se contabiliza.

- Elegir un socio estratégico. Hay que seleccionar cuidadosamente a los proveedores y comprobar que cuentan con sus propios estándares de conducta ética y Responsabilidad Empresarial. Mejor tener cuidado con los que ofrecen sus servicios a un precio excesivamente bajo.

- Conocer bien a los proveedores. Cuantos menos actores estén implicados, mayor será la responsabilidad que se pueda exigir de cada uno de ellos.

- Entender las reglas. Las regulaciones varían en función de los países y algunas veces pueden incluso entrar en conflicto. Es conveniente solicitar asistencia a especialistas internacionales. Es recomendable convertir a los proveedores en socios estratégicos para garantizar que se cumplen las normativas del sector y de la jurisdicción.

- Difundir la palabra. Se puede alcanzar un alto nivel de compromiso creando un documento que recoja las normativas a respetar. Las sesiones formativas presenciales son muy útiles para revisar situaciones en tiempo real y definir cambios sobre la marcha. Éstos, a su vez, se pueden utilizar como estudios de caso para ayudar a otros actores.

- Solicitar pruebas. Conviene asegurarse de que todo el gasto está controlado mediante procesos de aprobación, informes de gastos y auditorías. Para las reuniones hay que definir claramente el propósito de cada acto y el gasto, que debe ir alineado con el cumplimiento de los objetivos y los requisitos reguladores aplicables.

Los viajes y eventos deben ser ejemplo de visibilidad. Si todos los profesionales se implican en este sentido, será mucho más fácil generar balances que nos permitan a todos un mejor conocimiento del sector.



THE GLOBAL MEETINGS & EVENTS EXPO
18-20 November 2014 • Barcelona, Spain

CREA TUS EVENTOS Y REUNIONES AQUÍ

REÚNASE CON EL MUNDO AQUÍ

NETWORK, AMPLÍE SU RED DE CONTACTOS

ENCUENTRA INSPIRACION AQUÍ

EIBTM. Donde España se conecta con el sector mundial de conferencias y eventos.

APUNTE LA FECHA y participe con nosotros en el mayor evento del sector de las conferencias español e internacional

- ◆ Más de 15 000 profesionales del sector de eventos y conferencias
- ◆ Más de 3 000 expositores internacionales y 450 proveedores españoles clave
- ◆ Inspiradora zona de innovación, programa Especializado en Español y *apasionantes funciones* para 2014

¿Sabía que nuestro programa **Hosted Buyer exclusivo** está ahora disponible para los planificadores de conferencias y eventos españoles, que celebran negocios internacionales y nacionales? **Obtenga más información y Regístrese ahora en www.eibtm.com**

EIBTM es parte del Portafolio Eventos IBTM Global organizada por Reed Travel Exhibitions.



Organizada por Reed Travel Exhibitions. El EIBTM® y IBTM® marcas registradas son propiedad y están protegidos por Elsevier Properties SA y Reed Exhibitions Limited utiliza dicha marca bajo licencia. Hosted Buyer® es una marca registrada de Reed Exhibitions Limited. Reed Travel Exposiciones® es una marca registrada de Reed Elsevier Group Plc.