



PYMES&I+D+i
En portada

Reír en tiempos difíciles

La diversión y el entretenimiento son dos técnicas fundamentales para formar a los empleados en tiempos de crisis

ISABEL GARCÍA MENDEZ Madrid

Ya lo decía Nietzsche, "la potencia intelectual de un hombre se mide por las dosis de sentido de humor que puede desarrollar". Con esta cita del filósofo alemán, Enrique de Mora, autor del libro *Funny Pop* y director de Exceltia, empresa de formación y estrategia, resalta la importancia que tiene el sentido del humor en la vida profesional: "El mundo de la empresa no puede estar reñido con el sentido del humor. El humor ayuda a sobrellevar los tiempos duros, a alegrar nuestra vida y la de los que nos rodean y, además, permite agudizar el ingenio, la imaginación y la creatividad".

Esto llevado a su máxima expresión con el lema *to have fun*, pasarlo bien, es lo que se ha puesto de moda en los últimos tiempos a través de las agencias de *outdoor e indoor training*: técnicas de formación de directivos y empleados que utilizan situaciones diferentes, originales y divertidas para desarrollar habilidades y favorecer la motivación.

"La sonrisa y el sentido del humor permiten, por un lado, romper el hielo y establecer una complicidad entre los participantes y ayuda, por otro, a desarrollar la confianza y el compromiso. Pudiendo trabajar con una sonrisa, ¿por qué fruncir el ceño?", insiste Álvaro Solache, socio fundador de la empresa de *outdoor training* Team Towers. Y, aunque resulte paradójico, este tipo de ini-

ciativas se revelan especialmente indicadas en los tiempos de crisis. "Cobran más sentido porque las condiciones del entorno son mucho más competitivas, hay mucha presión y realmente la ventaja estratégica de las empresas viene dada por las personas que participan en el proyecto, más que por los productos, por lo que necesitas tenerlos fidelizados y motivados, para que estén más comprometidos", confirma Fernando Le Monnier, director de marketing y cofundador de Kivicom. En el meollo de la filosofía, el demostrar a los empleados que no están reñidos los conceptos de trabajar duro y disfrutar con lo que se hace.

En definitiva, divertirse en/o gracias a la empresa tiene beneficios claros para la organización:

• **Fidelización.** Vivir una experiencia diferente, gratificante y lúdica es algo que se graba en la mente de cualquier persona. Si además esa experiencia se la ha proporcionado la compañía para la que trabaja, el profesional se siente inevitablemente agradecido y eso contribuye a aumentar su fidelización y compromiso hacia la entidad.

• **Motivación.** "En la vida profesional hay dos componentes: los conocimientos técnicos y la actitud. Ambos son complementarios y deben desarrollarse en paralelo. El problema es que nos solemos fijar en los primeros y dejar de lado los segundos. Salir un día a divertirse no es un tema baladí, sube la moral y per-



Las empresas ofrecen técnicas de formación de empleados con situaciones originales y divertidas para favorecer la motivación.

Pasarlo bien es lo que ahora se ha puesto de moda entre las empresas de entrenamiento de ejecutivos y personal

mite crear espacios para la motivación", insiste Le Monnier.

• **Cohesión.** Normalmente estas actividades están pensadas para promover el trabajo en equipo, la cohesión y el compañerismo. Un *castellet* humano, por ejemplo, obliga a todos los integrantes a ponerse todos a una y a integrar a los más diversos.

• **Resolución de conflictos.** Las pruebas que se organizan en estas jornadas de *outdoor training* suelen estar pensadas para que los participantes puedan sacar lo mejor de ellos mismos a través de pruebas que tienen que resolver con la participación de todos los integrantes del equipo. Son proyectos democráticos en los que la coordinación y el apoyo en los demás resultan fundamentales y donde, en muchos

casos, el consenso es fundamental para sacarlos adelante.

• **Desarrollo de la creatividad.** Crear un ambiente más agradable donde te apetezca estar más tiempo nos impulse a estar más ilusionados y más relajados, lo que incide directamente en un desarrollo mayor de la creatividad y de la capacidad innovadora.

• **Más productividad.** Por todo lo anterior, se deduce que el sentido del humor aumenta la productividad. Está demostrado, "las empresas malhumoradas son menos eficaces que las bienhumoradas", como insiste Mora.

Ya se sabe, dos que se divierten juntos tienden a ayudarse más, a sentirse más vinculados y a colaborar por un proyecto común. Una receta segura para el éxito.

Cuando el trabajador promueve

Favorecer la diversión no tiene por qué ser una iniciativa exclusiva de la empresa. A menudo son los empleados los que primero fomentan estas actividades: las cenas de departamento, los partidos de baloncesto o de pádel fuera del horario laboral, las excursiones en moto, en bicicleta o en 4x4, son algunos ejemplos habituales. Lo

mejor de estas iniciativas es que tienen un componente espontáneo que las hace más naturales y, por tanto, son mejor percibidas por los empleados, que pueden apreciar en las otras un cierto intento manipulador. La adscripción es completamente voluntaria y permiten a los trabajadores conocerse fuera del marco riguroso de la em-

presa, sin corbata y sin formalismos, lo que acrecienta la sensación de pertenencia a un grupo. Lo que debe hacer en estos casos la empresa es no obstaculizar y, sobre todo, apoyar estas iniciativas, favoreciendo la interrelación y la comunicación de eventos a través de instrumentos de comunicación interna, como la intranet.

Iniciativas de andar por casa

No hace falta gastar mucho dinero para promover un poco de sentido del humor en la empresa, basta con proponérselo y aplicar algunas medidas:

Crear un entorno agradable. Utilizar colores alegres o claros que ayuden a generar optimismo, potenciar la luz natural, colocar plantas...
Jugar con el lenguaje.

Cambiar los nombres de las salas por otros más simpáticos. En Ebay España, por ejemplo, se llaman Superman, Mafalda, Astérix... Y cada vez son más las empresas que denominan a sus jefes de recursos humanos, responsables de personas o de valores.

Incluir extras para la relación. No es necesario llegar al extremo de Google,

con sus futbolines o sus macrossofás, o de Microsoft, que tienen las últimas videoconsolas, pero sí se pueden incluir zonas de desconexión y relajación.

Celebrar los éxitos: por pequeños que sean es bueno acostumbrarse a celebrar los éxitos de las personas, individualmente y en grupo, y no olvidar algo tan importante como felicitar.



CincoDías	Tirada: 59.947	Sección: Economía	
	Difusión: 37.944 (O.J.D)	Espacio (Cm_2): 480	
Nacional	Audiencia: 132.804	Ocupación (%): 51%	
Economía	17/11/2008	Valor (€): 4.567,39	
Diaria		Valor Pág. (€): 8.950,00	
		Página: 43	Imagen: Si

LA RISOTERAPIA Un punto de vista positivo



Emocionalmente la risa produce relajación. Físicamente, libera endorfinas, oxigena los pulmones y evita dolores de espalda. Empresarialmente, favorece el trabajo en equipo y la resolución de conflictos. Así de contundente se muestra John Curtin, presidente de la Fundación Sauce, ONG que promueve cursos de risoterapia para las empresas, con los que subvencionan los talleres que realizan para personal sanitario y para los internos de las cárceles. La risoterapia es, como reza su propio eslogan, una forma de aprender a ver las cosas desde una óptica positiva para así poder sacar más partido a la vida y al trabajo. "Los talleres se adaptan a las necesidades que deben resolver las empresas, que varían desde el simple subir los ánimos ante una situación complicada hasta resolver conflictos. En definitiva se trata de transmitir la importancia que tiene el cómo afrontemos las situaciones externas", insiste Curtin.

EL CASTILLO HUMANO La metáfora de hacer piña



En Team Towers se han especializado en los castillos humanos para despertar el espíritu de equipo en las empresas. Lo que se refleja es que se pueden hacer cosas juntos, velar porque el compañerismo perdure, aumentar la confianza entre los participantes, desarrollar el compromiso, porque son conscientes de que no se puede fallar sin poner en peligro al resto de los participantes y potenciar la comunicación. También se fomenta el contacto físico, lo que suscita la risa espontánea. El castellet, además, integra a todo el mundo, como reconoce Alvaro Solache, director de la agencia: "Aquí tienen que participar todos, desde los más fuertes a los más menudos, desde los que quieren agarrar a los que prefieren ser agarrados, desde los que eligen estar en el primer piso hasta los que optan por subir al segundo o tercer piso". Es la metáfora más clara de hacer piña.

AVENTURA, VIAJES Y YINCANAS Desarrollo de actitudes



El riesgo sube la adrenalina y despierta el afán aventurero. Organizar búsquedas de balizas por GPS en todoterrenos o participar en una regata en alta mar son actividades que fomentan el espíritu de equipo y permiten desarrollar actitudes como el liderazgo, la competitividad o la toma de decisiones, entre otras. "Al final se trata de apelar a algo tan primitivo como las emociones. Diversión inteligente vinculada al desarrollo de competencias", insiste Fernando Le Monnier, de Kivicom. Las yincanas también cumplen este objetivo. Los viajes de incentivos pueden incluir técnicas de desarrollo de habilidades, como los que organizan en la empresa La Vida es Bella, con traslados a avistar cetáceos o a disfrutar de París, pasando por el túnel del viento. Es decir: "Aprendes el 20% de lo que lees, el 40% de lo que oyes y el 80% de lo que haces", insiste Le Monnier.

TÚ COCINAS, YO ACTÚO Suma de equipos



Hay actividades que pueden realizarse en las propias instalaciones de la compañía, parecen más tranquilas, pero persiguen el mismo objetivo de cohesión, socialización y participación. Los talleres de gastronomía, donde los participantes tienen que hacerlo todo, desde comprar los ingredientes hasta cocinarlos y luego los degustan todos juntos; o los talleres de cine, donde durante una jornada se crea todo lo necesario para hacer un corto (maquillaje, peluquería, dirección, producción...) y luego se visualiza, con entrega de premios incluida, en la cena son dos de estas opciones. "Al final se trata de demostrar a los trabajadores que la suma de las individualidades nunca es más que la suma de los equipos", insiste Le Monnier. Otras iniciativas que dan muy buen resultado son también las actuaciones de magia de cerca o los talleres de inventos, donde se busca desarrollar al máximo la imaginación.