

UNIDAD DE CONOCIMIENTO

Actividades de *Team Building*

"Unas cuantas personas en un ascensor es un grupo. Pero si el ascensor se estropea, el grupo se convertirá en un equipo"

Bonnie Edelstein

Sumario

¿Qué es? _____	1
Herramientas _____	2
Guía de Trabajo _____	3
La experiencia _____	4
Materiales _____	7
Bibliografía básica _____	7
Materiales en línea _____	7

¿Qué es?

- ü El concepto *team building* engloba toda una gama de actividades participativas y estructuradas realizadas para mejorar el rendimiento de los equipos de trabajo de las organizaciones y su capacidad de trabajar juntos de forma efectiva.
- ü Estas actividades pueden ir desde simples ejercicios que fomentan la unión y el conocimiento mutuo hasta complejos simulacros de varios días de duración donde el equipo ha de conseguir algún objetivo en competencia dinámica con otros equipos.
- ü En el formato de las actividades de *team building* también hay mucha variación: desde sencillos juegos realizables en grupos pequeños en el propio lugar de trabajo hasta competiciones con una reglamentación compleja, realizadas al aire libre y con mucha participación.
- ü El *team building* no consiste simplemente en la realización de actividades recreativas, sino que, como herramienta de desarrollo organizacional, su

objetivo es mejorar la comunicación dentro de los equipos y fomentar las habilidades de liderazgo y de trabajo conjunto en la resolución de problemas complejos.

- ü Los **beneficios** de aplicar el *team building* en la organización son:
 - § Mejorar la motivación de los trabajadores
 - § Reforzar la confianza mutua entre los miembros de los equipos
 - § Más allá del individuo, aumentar el autoconocimiento de las fortalezas/debilidades en cuanto a equipo
 - § Mejorar el ambiente de trabajo y la creatividad de los equipos
 - § La colaboración efectiva suele traducirse en mayor productividad
 - § Favorecer la asunción de riesgos calculados
- ü También hay **voces críticas** con la efectividad de las actividades de *team building*. Sus argumentos principales son: alto coste económico, poca mesurabilidad, escasa personalización de las actividades a las necesidades concretas de cada organización y falta de seguimiento *a posteriori* de los resultados.

Herramientas

- ü **Romper el hielo:** son actividades iniciales basadas en la conversación, destinadas a aumentar el **conocimiento mutuo** entre los miembros de los equipos. Por ejemplo, se pide que cada uno haga sonar la melodía de su teléfono móvil y explique por qué la ha elegido. El resultado no sólo es divertido sino que en las explicaciones salen asuntos personales sobre lo que hay detrás de una canción, etc. Además, puede ser una buena manera de hacer apagar los móviles al principio de la sesión.
- ü **Resolución de problemas:** son actividades pensadas para incidir en los mecanismos de pensamiento estratégico y la búsqueda colectiva de soluciones. Uno de los clásicos, pero que aún se aplica en organizaciones como el Instituto Británico, es el *Método de los seis sombreros* de Edward de Bono. Consiste en diferentes sombreros de colores donde los miembros del equipo reparten los diferentes pensamientos que generan una situación, de manera que se **descompone el problema**: blanco (información conocida), rojo (sentimientos, intuiciones), negro (dificultades), etc. Otras aproximaciones a la resolución de problemas pueden ser **intelectuales** (como rompecabezas o descifrar un código secreto) o **físicas** (como construir la torre más alta con espaguetis).

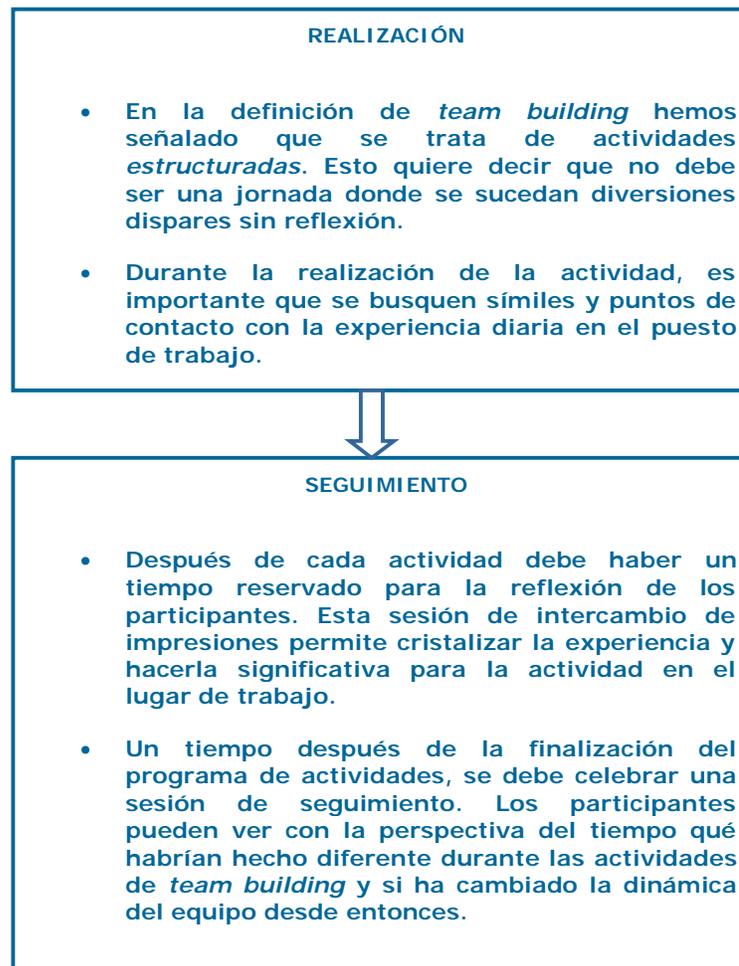
- ü **Competiciones:** los equipos pueden competir contra el tiempo o contra otros equipos. Este segundo caso suele darse en actividades al aire libre como las carreras de *karting*, remo o el popular *paintball*. Es más importante la reflexión posterior sobre qué se ha hecho bien y mal que el simple hecho de competir para ganar.
- ü **Construir confianza:** son actividades donde el propio proceso requiere depositar confianza en otro miembro del equipo. Por ejemplo, en una escalada deportiva la persona que sube tiene que confiar en quien le asegura la cuerda.
- ü **Simulacros:** son actividades complejas que requieren un alto grado de coordinación. Imaginarse en una situación de supervivencia extrema en medio del desierto, montar tiendas de campaña con los ojos vendados siguiendo las instrucciones del líder, reconstruir todo el proceso hasta la fabricación de una tableta de chocolate, rodar una película, etc.
- ü **Actividades reales:** algunas personas críticas con los simulacros afirman que se pueden conseguir los beneficios del *team building* mediante actividades reales con un perfil solidario: desbrozar un bosque o hacer tareas asistenciales con personas necesitadas. Estas actividades también refuerzan los vínculos y el orgullo de pertenencia al equipo.

Guía de Trabajo

PLANIFICACIÓN

- Hay que identificar en qué áreas tiene carencias nuestro equipo.
- Recoger propuestas de actividades de diferentes proveedores de *team building*.
- Mirar qué propuestas inciden en mayor medida sobre las carencias detectadas.
- Considerar qué propuestas se adecuan más a la composición de nuestro grupo (edad, intereses, etc).
- Conformar un programa de actividades personalizado según las necesidades de nuestra organización. Evitar packs estándar.





La experiencia



- ü El *lipdub* (o "doblaje de labios") consiste en la realización de un vídeo musical por parte de un grupo de personas que sincronizan sus labios, gestos y pasos de baile con la melodía de una canción popular. Podría definirse como un *karaoke* colectivo coreografiado y grabado.
- ü El vídeo suele realizarse sin cortes, en un solo plano-secuencia y normalmente la localización es el **propio centro de trabajo** de manera que requiere de una cierta preparación y ensayos previos, aunque la mayoría retiene un aire de espontaneidad y de improvisación.

- ü Este vídeo suele hacerse público en la red y en muchos casos se propaga rápidamente hasta convertirse en un fenómeno de marketing viral. Su difusión suele transmitir el buen ambiente de trabajo en una determinada organización o equipo.
- ü En España, algunas de las organizaciones que han hecho *lipdubs* son:
 - § La *Universitat Politècnica de Catalunya* (UPC), siguiendo el ejemplo de otras universidades como la de Québec, Boston, París o la Jaume I de Castellón, realizó un *lipdub* con 350 participantes el día de Sant Jordi de 2010, todos ellos trabajadores de la organización. Se estima que el tiempo de preparación fue de 3 a 4 horas. El vídeo tiene actualmente más de 100.000 visionados en *Youtube*. Otros *lipdubs* universitarios han sido promovidos por los estudiantes de Comunicación Audiovisual de la *Universitat Pompeu Fabra* o los de Empresa y Comunicación de la *Universitat de Vic*.
 - § *Vueling* realizó un *lipdub* titulado *Vueling Together* para felicitar las pasadas Fiestas de Navidad, donde mostraba las instalaciones de su sede central con espacios de recreo como los futbolines o las mesas de ping-pong.
 - § La *FNAC Triangle* de Barcelona realizó un *lipdub* que recorría las diferentes secciones de la tienda y con trabajadores disfrazados de caza-fantasmas y supermanes.
- ü Por sus efectos, los *lipdubs* están a medio camino entre una actividad de *team building* y una de comunicación externa y promoción corporativa. En ese sentido ha servido como herramienta de captación de talento. El hospital *Sacré Coeur* de Montreal realizó uno en 2009 y en pocos días recibió 2.600 currículums de personas que querían trabajar en él, de los cuales salieron 200 nuevas contrataciones.
- ü Se ha señalado la conexión del *lipdub* con la práctica japonesa de hacer cantar a los trabajadores para fortalecer el *shafuu* o espíritu corporativo. Pero en el caso del *lipdub*, las letras suelen ser canciones pop, no mensajes corporativos explícitos.
- ü La actividad del *lipdub* no está exenta de controversias. A raíz de un vídeo de este tipo realizado por los trabajadores del Departament de Justicia de la Generalitat de Catalunya, hubo quejas de que empleados públicos emplearan horas de trabajo en esta actividad o de que es una acción impropia en tiempos de crisis económica. El caso de *lipdub* más polémico fue el que realizaron un grupo de jóvenes ejecutivos de organizaciones de la Internet 2.0 como Google y Facebook en octubre de 2008. El vídeo se realizó la misma semana que el sector tecnológico se hundía en bolsa y sus organizaciones anunciaban despidos. Las críticas fueron tantas que intentaron retirar el vídeo pero era demasiado tarde: ya se había convertido en viral.

Jocs Interempreses®

l' Olimpíada Empresarial Solidària

organitzada per **a32** events

- ü Los *Juegos Interempresas*, organizados por *a32 events*, son una **Olimpiada empresarial solidaria**, que se celebra **anualmente** en Catalunya o en la Comunidad Valenciana y que está abierta a todas aquellas organizaciones que vean en el deporte una forma más de hacerse presentes en la sociedad.
- ü Concebidos como una **competición amateur** entre organizaciones, estos juegos son una plataforma de encuentro de gente de diferentes sectores y puntos de la geografía, utilizando el deporte como herramienta de comunicación y cohesión. Están abiertos a cualquier organización, independientemente de su dimensión.
- ü El **programa de actividades** contempla unas 20 modalidades deportivas que van desde deportes tradicionales como el fútbol o el baloncesto hasta actividades más innovadoras como el *paintball* o el *karting*. En la mayoría de los casos no se hace distinción de género, de forma que se favorece la creación de equipos mixtos que sean reflejo de lo que se da en las organizaciones.
- ü Desde la vertiente de **responsabilidad social**, este evento tiene carácter solidario, ya que el beneficio que genera cada edición se da a un proyecto elegido.
- ü Los principales beneficios en términos de *team building* son:
 - § Potencian la cohesión, la convivencia y la motivación
 - § Fomentan las relaciones interpersonales dentro de los equipos
 - § Desarrollan el sentimiento de pertenencia y el espíritu corporativo
 - § Estimulan el espíritu de superación, concentración, esfuerzo y rendimiento.
 - § Introducen una nueva dimensión en la comunicación interna
 - § Crean un punto de encuentro con equipos de otras organizaciones y sectores
 - § Estimulan el ejercicio de la solidaridad
- ü Los **testimonios de los participantes** destacan los efectos de esta competición sobre los equipos. Así, Montserrat Tarrés, Directora de Comunicación de *Novartis*, señala que participar permite trabajar la cohesión de los equipos. David Costa, del equipo directivo de *everis Barcelona*, los recomienda a toda organización que quiera fomentar los valores del trabajo en equipo y las relaciones personales.
- ü Otra iniciativa similar es la *Raiders-the Corporate Challenge*, competición que combina deporte y estrategia en actividades donde los equipos han de

optar por la mejor alternativa de manera planificada. Cuenta con pruebas como orientación nocturna o bicicletas todo terreno.

Materiales

Bibliografía básica

Cole Miller, Brian. *Quick Team-Building Activities for Busy Managers*. New York: Amacom, 2003.

William G., Dyer *et al.* *Team Building: Proven Strategies for Improving Team Performance*. New Jersey: Jossey-Bass, 2007.

Materiales en línea

Lipdub.eu

El fenómeno del lipdub está tomando tales proporciones que ya hay consultoras especializadas en realizar *lipdubs* en las organizaciones. Es el caso de esta consultora belga que ha trabajado con organizaciones como *Ikea*, *Pfizer* e incluso con un organismo dependiente de la *Comisión Europea*.

<http://www.lipdub.eu/>

Free Management Library: Team building

Recopilación muy completa de recursos y vínculos sobre *team building*. Contiene recursos sobre la fase de planificación y sobre cómo evitar las trampas más comunes.

http://managementhelp.org/grp_skill/teams/teams.htm

Carrizosa, Susana. "Hacer equipo es un juego". *El País*, 11/04/2010.

Fabricar bombones, construir *boogies*, jugar pelotas mágicas o rodar una película son algunas de las propuestas con las que consultoras de recursos humanos sorprenden a directivos y managers que quieran crear equipos a través de juegos.

http://www.factorhumana.org/ficha.php?id_ficha=8650

“El personal de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) realiza el primer *lipdub* de una universidad catalana”. *La Vanguardia*, 10/05/2010.

El personal de la UPC ha realizado un *lipdub*, al que han llamado *LipdUPC*. La filmación fue el 23 de abril para celebrar la Diada de Sant Jordi y contó con la participación de 350 personas.

http://www.factorhuma.org/ficha.php?id_ficha=8727

Vueling Together

Vídeo *lipdub* que *Vueling* utilizó para felicitar las Fiestas de Navidad 2009-2010.

<http://www.youtube.com/watch?v=WyJDimcdblS>

Jocs Interempreses

<http://www.jocsinterempreses.com>