

Capacitate.



Organización de Eventos Corporativos y Culturales

MÓDULO 3: Eventos corporativos para público interno

Eventos de integración

Los eventos de integración son aquellos que buscan motivar al personal para buscar un objetivo común con la compañía. Tienen como objetivo primordial fidelizar al empleado estrechando vínculos con sus compañeros y colaboradores y con la empresa a la que pertenece.

Team building

Podemos mencionar la traducción literal de *team building* como construcción de equipos.

Estos eventos, de carácter motivacional, como casi todos los eventos orientados al público interno apuntan a la consolidación de un equipo de trabajo; normalmente por las dinámicas aplicadas se realizan al aire libre con lo cual toman el nombre de eventos outdoor.

Las actividades propuestas por los coordinadores, generalmente couches, fortalecen vínculos y generan espíritu de trabajo en equipo a través de técnicas vivenciales y acciones lúdicas

Las propuestas se diseñan de acuerdo con el tamaño del grupo, y las necesidades específicas a las que apuntan permitiendo:

- integración de los participantes
- desarrollo de las relaciones interpersonales
- mejora en la comunicación del equipo
- reducción y el aprovechamiento de los conflictos
- promoción de los niveles de cooperación entre los integrantes
- generación de niveles de liderazgo
- incentivo de la creatividad
- aumento de la productividad si así se lo requiriese

Estos eventos se caracterizan por ser participativos, ya que a diferencia de otro tipo de eventos, se invita a los participantes a ser parte, protagonizando las acciones planteadas por los coordinadores para dar paso luego, al análisis y reflexión sobre las experiencias vividas, tomando muchas veces el formato de workshops con la intervención de los integrantes de las gerencias de Recursos Humanos de la compañía involucrada.

Los ítems a tener en cuenta en el momento de determinar cuál sería la dinámica más efectiva para aplicar a nuestro equipo de trabajo son realizar un análisis previo de la situación de la compañía junto con el estudio del perfil de los empleados que van a formar parte tomando en cuenta las necesidades y objetivos de la empresa, tal como refiriéramos en charts anteriores. Entonces sí se podrán acordar las diferentes dinámicas a aplicar para lograr el éxito del team building.

Esas dinámicas son las distintas pruebas que se utilizan para cumplir un objetivo estratégico, es decir, en función de las necesidades y objetivos de la compañía en relación al grupo en cuestión.

Clasificación de las dinámicas	Objetivo	Ejemplos
TRABAJO EN EQUIPO	Concentran aquellas pruebas donde los empleados deben unir sus esfuerzos para cumplir un objetivo concreto	Room scape Pictioempresa Mimicompañía El cliente misterioso
INTEGRACIÓN	Contribuyen a romper el hielo en las relaciones estableciendo lazos y mejorando el clima laboral.	Best team Los números Tengo un mensaje
INNOVACIÓN	Facilitan el crecimiento personal y profesional de los integrantes, la capacidad de tener mentes abiertas, romper barreras y rutinas y lograr la relajación tanto física como emocional.	Clave del éxito <i>Brainstorm express</i> <i>Our target</i>
DIVERSIÓN	Sin un objetivo específico, y casi sin darse cuenta se reflejará en una mejora del clima laboral.	Stop # risas Paintball Karts

Family day

Es un evento outdoor por naturaleza ya que justamente es muy importante la elección del espacio donde se desarrolle. En general se realizan en campos, clubes o quintas, pero siempre teniendo en cuenta que además del aire libre se deberá considerar el “plan b”.

Otro tema importante a tener en cuenta es la movilidad de los participantes para lo cual muchas empresas, inteligentemente, disponen de medios de transporte habilitados a tal fin, muchas veces partiendo desde la misma compañía, para de algún modo, comenzar con la comunicación institucional.

Otra de las cuestiones muy importantes es la decisión del día a realizarlo. Muchas empresas consideran que lo mejor es un día hábil pero también es cierto que probablemente sea complicado en función del grupo familiar del empleado, con lo cual lo ideal es programarlo para un día feriado o un fin de semana a fin que todos los integrantes de la familia estén liberados para poder asistir.

Siempre las estaciones de primavera verano son las más adecuadas para las actividades al aire libre

También es importante destacar que la duración del evento no debe ser excesiva, una jornada de 4 o 5 horas es una buena decisión.

Respecto del catering, se deberá priorizar el gusto de todos los participantes entre los cuales no nos olvidemos que los niños ocupan un papel fundamental en este tipo de eventos. En general el asado es una buena opción pero también se podrá contemplar un servicio de pizza *party* o un brunch para las primeras horas finalizando con una excelente mesa dulce más Candy bar para contentar a los más pequeños.

Las actividades constituyen un punto fundamental sobre el cual la empresa deberá trabajar ya que la integración de la homogeneidad del público es vital para asegurar el éxito del evento.

Juegos de kermeses, competencias deportivas grupales, caminatas, bingos musicales, búsquedas del tesoro son algunas de las más utilizadas junto con el alquiler de juegos inflables, plazas blandas, metegoles o tiro al blanco.

Lo más aconsejable sería contratar profesionales de entretenimiento, profesores de educación física y hasta babysitter para ocuparse de los bebés.

Como momento final de la jornada se puede pensar en sorteos dependiendo del presupuesto con que se cuente a tal fin.

Torneos

Otra de las acciones muy utilizadas en las empresas a los efectos de lograr fidelización de sus empleados en la organización de torneos internos e incluso con otras empresas.

Para las compañías resultan una importante herramienta para:

- mejorar el clima interno y para los empleados,
- generar situaciones de relacionamiento saludable y de potenciamiento de los niveles de colaboración y de afinidades interpersonales.

Ya sean torneos de golf, football, tenis, polo o cualquier otra actividad deportiva incluyendo los denominados deportes de mesa, ajedrez, *backgammon* y en la actualidad los de juegos electrónicos como *PlayStation*.

Para la planificación de torneos el organizador deberá tener en cuenta los siguientes aspectos:

- El objetivo que en este caso en particular es exclusivamente la integración del equipo interno de la compañía
- Definir el tipo de deporte que será objeto del torneo y en consecuencia la cantidad de participantes a convocar

- La selección de las instalaciones donde se desarrollará el torneo, esto estará en relación, indiscutiblemente con el deporte elegido
- La tramitación de los seguros, total y absolutamente imprescindibles en todo tipo de eventos, pero en este caso en particular

Celebraciones

Según la Real Academia Española, la celebración como acción de celebrar consiste en la realización de un acto forma con las solemnidades que esto requiere o la realización de un acto festivo por algo que se lo merece.

De la definición se desprenden dos variables:

- **Solemnidad:** El adjetivo solemne refiere a que, por ejemplo, un acto se celebra con pompa o formalismos extraordinarios o que se hace formalmente y acompañado de todos los requisitos necesarios por lo que tiene validez legal. Convengamos que el término pompa denota, según el diccionario, una riqueza o importancia que podría parecernos exagerada para una celebración corporativa, la cual no siempre es necesaria para este tipo de eventos. Lo que de ninguna manera vamos a negar es que las mismas se van a realizar dentro de un marco legal
- **Merecimiento:** Cuando nos referimos a merecer, la R.A.E. determina que es tener cierto grado o estimación, hacerse digno de un premio o castigo. Y éste sí es un tema importante a tener en cuenta cuando las compañías deciden realizar una celebración.

Terrence E. Deal y M. K. Key en su libro "Celebraciones en la empresa. Juego, propósito y beneficio en el trabajo" definen a la celebración como un punto cultural determina que desempeña un papel central en el éxito de la compañía.

Las altas y las bajas, las idas y venidas, los triunfos, e incluso los tropezamos de la vida corporativa, deben ser recalcados periódicamente con actos ceremoniales.

Manifiestan que sin rituales, los vínculos se desatan, la gente se separa, las conexiones emocionales de la empresa se diluyen y se pierden la fe, la esperanza y la visión comunes obteniendo como resultado la pérdida de la ventaja competitiva, un empobrecimiento del desempeño generando rendimientos financieros negativos.

Los autores hacen referencia en que el ritual y la ceremonia, enmarcan, se interconectan y mezclan todos los aspectos de la vida corporativa, ya sea los reconocimientos, las recompensas, la calidad, el trabajo en equipo y el liderazgo.

Ahora bien, todos los que alguna vez hemos asistido a eventos corporativas, hemos tenido la sensación, en algunos casos, que carecían del merecimiento al que hacíamos mención minutos atrás.

Es decir, algo en esa organización denotaba un clima no propicio para la celebración.

Los autores consideran que existen barreras que impiden a las compañías transitar celebraciones centradas en la espiritualidad de la visión de la misma.

- La incomodidad alude a que muchos directivos no se complacen con el lado agradable de la vida corporativa, teniendo un convencimiento que lo racional es lo mejor, etiquetando como "sentimental" aquello que sale del punto de vista de su punto de vista razonado
- El miedo está íntimamente relacionado con la barrera anterior. Gran parte de la incomodidad de los ejecutivos y su desconfianza de los símbolos hace que no estén dispuestos a arriesgarse por la posibilidad del fracaso. Estas

preocupaciones son parcialmente justificadas por actos superficiales, mal programados, por lo que en muchos casos sería preferible evitarlos.

- La tercera barrera creada por los managers de algunas compañías es la realización de actos sin sentido, que claramente va de la mano con la incomodidad y el miedo a la frustración. Se trata de aquellos eventos que terminan siendo actos repetitivos, monótonos que lejos de crear entusiasmo provocan sentimientos adversos por parte quienes, en lugar de disfrutarlos, los padecen.
- Muchas veces las barreras tienen un costado económico ya que los directivos resisten entender a estos eventos como inversiones sino que los consideran erogaciones sin sentido. Es importante revertir este pensamiento demostrándoles que las celebraciones bien ubicadas en el tiempo, planificadas estratégicamente, crean una especie de espíritu y energía que inevitablemente redundarán en beneficios económicos.
- La primera barrera que mencionamos, la incomodidad se encuentra profundamente ligada a separar la vida del trabajo, pensando que este último es algo de lo que nos tenemos que apartar una vez culminada la jornada laboral porque solo recuperamos nuestra humanidad cuando regresamos a nuestros hogares. James Autry en *Life and Work* (Vida y trabajo) dice que “la mayoría de los managers y las propias compañías afirman que a la gente no le gusta trabajar y que, a la mínima oportunidad, dejan de hacerlo. Al asumir que la gente no quiere trabajar, establecemos reglas, políticas y procedimientos con el objeto de restringir, más que de dar posibilidades a las personas”. Sería un gran paso poder conectar, aunque sea, parcialmente, la vida con el trabajo para tener más momentos gratificantes y no solo los que pasamos en nuestras casas.
- Por último, y casi como enmarcando las barreras anteriores, la ausencia del saber hacer, tema tratado por los autores en el libro recomendado, puntualiza la incapacidad de algunos directivos para identificar auténticas y significativas

ocasiones de celebración. Sabemos que los líderes crean y administran cultura con lo cual está en ellos la habilidad de crear y fomentar momentos de celebración, caso contrario nos encontraríamos ante un problema de liderazgo, ya que, reiteran los autores, el ritual y la ceremonia juegan un papel influyente en el mantenimiento y transformación de la cultura.

Terrence y Key detallan una serie de componentes imprescindibles para la constitución de una experiencia conmovedora, que no son más que aquellos que los organizadores consideramos en toda creación y planificación de eventos; ellos son:

- La música debe acompañar la trayectoria del evento y tiene que tener coherencia con el mensaje que queramos transmitir, seleccionándola acorde a los valores, a aquello que pretendamos comunicar a nuestro público, tanto en variedad como en calidad.
- Símbolos como tambores y campanas nos conectan emocionalmente.
- Una consonancia acorde a la ocasión, desplegada con danzas, desfiles, presentaciones, nos permite reflejar quién convoca y especialmente a quién está dirigida.
- La identificación corporativa a través de logos y colores connotarán el sentido de familiaridad y pertenencia a la compañía.
- Valores tradicionales manifestados a través de relatos, discursos, frases facilitarán la participación del público.
- Una estructura estética que albergue el concepto del mensaje ayudará a lograr una comunión entre el anfitrión y los asistentes.
- Una armonía sensorial, combinando, olores, sonidos, sabores complementará integralmente la idea planteada.
- Y finalmente, la elección de un lugar congruente con la comunidad que participa a fin de lograr una relación consistente con el objetivo planteado.

Formas de celebración:

- Las celebraciones cíclicas apelan a temas recurrentes o momentos claves en la historia de una compañía. Pueden ser aniversarios corporativos o cumpleaños individuales. En el marco de un tapiz laboral, la conjugación de pasado, presente y futuro. Imprimen identidad, la famosa frase de “ponerse la camiseta” y acuñan las fechas más significativas, tanto en la vida de los empleados como de la institución.
 - Festejo de cumpleaños
 - Aniversarios personales y corporativos
 - Patrocinio de festividades
 - Las denominadas de reconocimiento generan la aprobación pública como forma de apreciación de los logros especiales y éxitos que merecen la atención de todos. Motiva al resto de los integrantes de una organización
En nuestro cotidiano es usual confundir estos términos, no reconociendo la importante diferencia entre uno y otro.
Como lo indica Loretta Malandro en su grabación, *The Power of Empowerment*, “el reconocimiento es una expresión del profundo impacto que una persona ha tenido en otras” mientras que “la recompensa consiste en elogiar y aplaudir por un trabajo hecho en el pasado” y se expresa a través de discursos, premios u otras condecoraciones públicas. Malandro cree que hay recompensas en la mayoría de las empresas pero el reconocimiento, aunque igual de necesario, es menos usual. Tanto unos como otros deben formar parte de las actividades regulares de una compañía.
 - Las celebraciones de triunfo, ni más ni menos, celebran logros y según Terrence y Key “dramatizan el vínculo que existe entre el duro trabajo de los individuos y el desempeño espectacular del grupo como un todo”
-

- Algunos ritos de consuelo generan esperanza en momentos de las denominadas “vacas flacas”; permiten enfocarse en nuevas formas de trabajo para curar heridas colectivas.
- Los rituales de sucesión ayudan a la transición inevitable de re-unirse y reagruparse. Ayudan a los que se van, cortar lazos, a poner el pasado en perspectiva para integrarse a nuevas circunstancias; a los que se quedan a “dejar ir”, a “soltar” y seguir adelante y, por último, facilitan el ingreso de nuevos integrantes.
- Las celebraciones altruistas son aquellas que benefician a otros con el esfuerzo de la familia corporativa. El típico ejemplo de Techo, organización a través de la cual, colaboradores de diferentes empresas trabajan juntos durante dos días en la construcción de una vivienda de emergencia.

Hacer algo por los demás fortalece a los individuos como un verdadero grupo. Empresas que organizan diferentes eventos en el marco de R.S.E. Responsabilidad Social Empresaria dan habida cuenta de ello.

Terrence y Key definen al placer de ayudar a los demás como un motivador natural, servir al bien común es, casi siempre, una actitud que favorece la celebración.

Empresas en todo el mundo consideran la RSE Responsabilidad Social Empresaria como un vínculo entre sus empleados y la comunidad. Favorecen los lazos culturales en el trabajo, ya sea, donando dinero, tiempo u otros recursos como una forma de expresar un sentimiento.

- Finalmente las celebraciones de juego son una fuente inagotable de creatividad para infundir en el clima laboral. Matt Weinstein, CEO de *Playfair* y autor del libro “*Managing to Have Fun*” (Administrar la diversión) manifiesta que “las personas que juegan juntas tienden a permanecer juntas, unidas a través del gozo y la alegría”

Linkedin, comunidad social orientada a las empresas, a los negocios y al empleo, desarrolla diez razones para celebrar logros en equipo.

1. Cuando las personas recuerdan los motivos por los cuales su trabajo ayudan a crecer a la organización se inspiran para hacer más.
2. Una vez establecido el objetivo y la creación de estrategias, el equipo promoverá nuevas tácticas para lograr el resultado esperado.
3. Un empleado motivado y que sabe que sus esfuerzos son reconocidos, se convierte cada vez en un empleado más productivo
4. Si uno de los integrantes tiene dificultades de participación, recordarles que han logrado un objetivo compartido, ayuda a acercarlos
5. Una empresa ganadora se nutre de empleados ganadores. Y un empleado que siente que colabora con una empresa exitosa construye una moral de victoria en cada uno de ellos.
6. En momentos de problemas económicos o financieros, obliga a la concentración en términos positivos para la compañía.
7. La celebración de un logro recuerda lo cerca que se encuentra la compañía, y por ende, cada uno de sus integrantes a la consecución de un éxito mayor.
8. Cambia el estado mental de los trabajadores, aunque sea por momentos, lo que redundará en la generación de energía positiva
9. Construye relaciones de cercanía entre los diferentes partícipes de la organización, permitiendo establecer relaciones personales por fuera de ella.

10. Y por último, permite el reconocimiento de empleados específicos, enseñando al equipo que ellos también podrán, en función de su esfuerzo, ocupar ese lugar en un futuro.

 **Capacitarte.**