



Trabajo Fin de Grado

Proceso de creación de un *Team Building* y su
repercusión en la empresa

Autor

Iván Reyes Tena

Director/es

David Pac Salas

Facultad de Economía y Empresa
2017

Autor del trabajo: Iván Reyes Tena

Director del trabajo: David Pac Salas

Título del trabajo: Proceso de creación de un *Team Building* y su repercusión en la empresa

Modalidad del trabajo: Trabajo de sociología

Titulación: Grado en Marketing e investigación de Mercados

Objetivos y Resumen del trabajo:

El objetivo principal de este trabajo de fin de grado es identificar los mecanismos, situaciones y procesos creativos que se generan en la creación de las actividades dinámicas participativas *Team Building*, a través de la asociación con una empresa Zaragozana, con el fin de realizar un análisis sociológico de la repercusión de estas experiencias de grupo sobre otra empresa demandante y contratante de estos servicios, la empresa ofertante es Eventos Experience, y la empresa demandante es el grupo SAMCA. Para llevar a cabo esta investigación sociológica se utilizan varias técnicas exploratorias: Entrevista personal, que permite analizar y entender en profundidad las propuestas que lleva a cabo la empresa ofertante, y los objetivos que desea cumplir la empresa demandante con la realización de la actividad participativa *Team Building*; y La Encuesta, que permite recabar la información necesaria para determinar si se han cumplido los objetivos que requería la actividad participativa *Team Building*. Para contextualizar el trabajo se realiza un análisis en profundidad sobre el concepto de la actividad dinámica *Team Building* (definición, tipos, peligros y desventajas...) y se estudia de qué manera es aplicable en la sociedad actual, y la repercusión que conlleva demostrándolo con un ejemplo real.

Author of the project: Iván Reyes Tena

Academic tutor: David Pac Salas

Project name: Creation process of a Team Building and its repercussion in the company

Project methodology: Sociology project

Degree: Grado en Marketing e investigación de Mercados

Main objectives and overallsummary:

The main objective of this essay is to identify the mechanism, situations and creative process which are produced in the creation of the dynamic and participatory activities called « Team Building », thanks to the joint-venture with an enterprise of Zaragoza, with the purpose of carrying out a sociological analyse about the result of these group experiences on another demanding and contractor enterprise of these services. The bidder enterprise is Eventos Experience and the demanding enterprise is SAMCA group. A lot of different exploratory techniques are used to carry out this sociological investigation: a personal interview, which allows to get a depth analyse and to understand the proposals that are carried out by the bidder enterprise, and the objectives that the demanding enterprise wants to get with the development of the activity « Team Building » ; and the inquiry, which allows to collect the necessary information to decide if the objectives of the activity « Team Building » have been reached. A depth analyse about the idea of the activity Team Building (definition, types, dangers, disadvantages...) has been made to contextualize the essay. In this way, we can study how it is applicable in the current society and the consequences that involve showing it with a real example.

INTRODUCCIÓN	1
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	3
I. BASES DE LA INVESTIGACIÓN:	5
1.1 PREGUNTA INICIAL.....	11
1.2 OBJETIVOS Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	12
II. ESTRATEGIA DE LA INVESTIGACIÓN	14
2.1. METODOLOGÍA.....	14
2.1.1. <i>LA ENCUESTA:</i>	14
2.1.2. <i>LA ENTREVISTA</i>	17
III. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	19
1. <i>Analizar, con carácter interno, la empresa sobre la que me voy a sustentar para realizar la investigación sociológica.</i>	19
2. <i>Averiguar cuál es la motivación que lleva a la empresa demandante y contratante de la actividad, para necesitar disponer de las actividades de Team Building, y cuáles son los objetivos a cumplir por sus participantes.</i>	23
3. <i>Ayudar a la empresa Eventos Experience en la creación de las propuestas de las actividades a medida previas, ofreciéndoles diferentes alternativas al grupo SAMCA.</i>	26
4. <i>Analizar la repercusión de la actividad Team Building sobre los trabajadores de los diferentes equipos del grupo SAMCA.</i>	27
PARTE I ENCUESTA:	28
<i>¿Sabe que es un Team Building, y cuál es su finalidad?</i>	28
<i>¿Anteriormente, ha realizado alguna vez la actividad dinámica de “Team Building”?</i> ?	29
<i>¿Qué tipos de Team Building ha realizado?</i>	29
<i>De los marcados anteriormente, ¿Cuál le ha resultado más útil?</i>	30
<i>¿Cree que son útiles estas actividades dinámicas?</i>	30
<i>Evalué la utilidad que cree que poseen los Team Building</i>	30
<i>Los Team Building persiguen un objetivo / finalidad, ¿Cuáles de estos objetivos / finalidades cree que son más útiles para trabajar en un Team Building? Evalúelos</i>	31
PARTE II ENCUESTA:.....	32
<i>Evalué la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building</i>	33
<i>Cree usted que con esta actividad dinámica de Team Building se ha podido fomentar la actitud positiva entre los empleados de la empresa?</i>	35
<i>Si es así, ¿Cree usted que la participación de la familia en la actividad dinámica de Team Building a favorecido el fomento de dicha actitud positiva?</i>	35
<i>Evalué la medida en la que cree que ha aumentado el objetivo indicado en la pregunta nº 10.</i>	35
<i>Evalué la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building</i>	36
IV. CONCLUSIÓN	38
BIBLIOGRAFÍA.....	40
Anexos	41
Anexo 1: Transcripción de la entrevista.....	41
Anexo 2: Propuesta grupo SAMCA	50
Anexo 3: Encuesta	65
Anexo 4: Tablas de SPSS.....	68
Anexo 5: Foto galería de la actividad	70

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo surge de la motivación por implantar procesos creativos que innoven en las mayores organizaciones de la actualidad; Las empresas.

“La innovación no es el fruto de una idea puntual, sino que es un proceso continuo en el que participan varias personas, además de un medio para crear valor basado en un planteamiento que impulsa nuevas formas de hacer negocios¹”. Definir una estrategia de innovación es fácil, lo complicado es saber ejecutarlo de una forma correcta, y que se traduzca en una mejora del rendimiento económico.

Lo idóneo sería crear un modelo creativo que fuese útil para las empresas en su estructura organizacional, creando un proceso, ó estrategias creativas específicas para sacar una rentabilidad positiva de una forma económica, organizacional o temporal, dentro del proceso productivo. Mas concretamente, estandarizar la creatividad como estrategia competitiva en la empresa.

Actualmente, las vías que se suelen escoger para poder internar la creatividad y la innovación de una forma organizacional, vienen dadas por la introducción de mejoras en el proceso productivo (*maquinaria, tiempos de fabricación, logística, ...*); ó en el desempeño del trabajo por parte de los trabajadores (*incentivos por objetivos, eficiencia con turnos mas reducidos, trabajo desde casa, ...*), como se relatará posteriormente en la fundamentación teórica.

Desde el punto de vista que yo me encuentro, y como futuro experto en marketing, me dispondré a trabajar a raíz de la vía del trabajo que desempeñan los trabajadores de las empresas, de su producción, como miembros de un equipo de trabajo.

¹ Alonso, C. (2000): “*¿Qué es la creatividad?*”, Zaragoza, Biblioteca de la facultad de Educación

CONTEXTUALIZACIÓN

En el presente trabajo de final de grado se tratará de explicar y transmitir la idea de implantar un proceso innovador y creativo dentro una organización ya creada, y más concretamente de aquella organización creada a través de un conglomerado de redes de trabajo con el fin de conseguir un beneficio con su producción, como son las empresas.

La empresa sería el medio para poder llevar a cabo el proceso creativo en las organizaciones e implantarlo como modelo. Para introducirlo, habrá que enfocarse en una de las bases de las empresas, en este caso el estudio se centraría en los trabajadores.

En pleno siglo XXI que nos encontramos, estamos constantemente escuchando que el trabajo y la cooperación en equipo de todos los trabajadores dan mayores frutos que la realización del mismo trabajo de forma individual. Con la creación de equipo en las organizaciones, divides el trabajo en tareas mas simples, aumentando el rendimiento de los miembros del equipo y además maximizas el resultado, por lo tanto las empresas realizan grandes esfuerzos y destinan altas cantidades de dinero a crear entre sus trabajadores este sentimiento de cooperación y coordinación que maximice el rendimiento individual y colectivo. El fin máximo para el pleno desarrollo de las facultades de los miembros del equipo, es llegar al denominado “**Equipos de Alto Rendimiento**” (**EAR**)².

En la creación del anterior término es en lo que me voy a centrar, por lo que en mi opinión la mayor riqueza económica que posee una empresa son los trabajadores. Es evidente que dentro del campo de la creación e implementación de equipos hay varias vertientes, enfocándose en la educación o en el deporte, por ejemplo; pero la que he escogido es una de las técnicas innovadoras que está en auge entre las empresas, para ser más competitivas con la creación de equipos mas eficientes, y así maximizando la producción y el beneficio de la misma; Son los denominados “**Team Building**” (**TB**).

² http://www.imf-formacion.com/equipos_alto_rendimiento/

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El concepto sobre el que se asienta dicho estudio, contiene el fin último de la mejora de la producción de los trabajadores (capital social), a través de método creativos e innovadores (capital creativo), por lo que fundamentar históricamente la investigación será clave para el pleno desarrollo de las ideas.

La primera idea de producción tal y como la concebimos en la actualidad, surgió en el siglo XVIII con la revolución Industrial, naciendo así la producción en cadena, la producción mediante máquinas tecnológicas y la especialización de los trabajadores en una parte específica de la cadena de fabricación en serie.

Posteriormente, y mas reciente en nuestra historia, surgió en el siglo XX el término denominado “Taylorismo³”, creado por el economista e ingeniero americano Frederick Winslow Taylor. Planteaba una maximización eficiente de la productividad de una empresa, a través de la división sistemática de las labores de los trabajadores y sin dejar nada al azar dentro del proceso productivo, sistematizando y maximizando cada acción.

Tras el éxito de esta práctica, el ingeniero industrial Henry Ford mejoró todas aquellas propuestas a través de la puesta marcha de sus ideales en la Ford Motor Company, produciendo así coches en serie, especializando las cadenas de montaje y otorgando mayores derechos y sueldos a sus empleados, por lo que surgió el “Fordismo”.

En la actual etapa de reactivación económica de la crisis sobre la que nos encontramos, uno de los motores principales de la actividad empresarial y de la economía viene determinado por la producción. En la actualidad, no es suficiente añadir mejoras tecnológicas y trabajadores con una mayor cualificación del sistema productivo, ya que la contratación de dicha producción es la que hoy en día se define como un servicio con fecha de caducidad y valor limitado, por lo que empezamos a observar la obsolescencia de la producción pura detallada anteriormente. “*Ante la eclosión de empresas de*

³ Cedeño W. Anthony J. y López R, José A (Febrero 2014): “*La evolución de los procesos productivos a lo largo de la historia*”. Venezuela, Universidad de Oriente, Núcleo Monagas, Dpt. de Ingeniería de Sistemas.

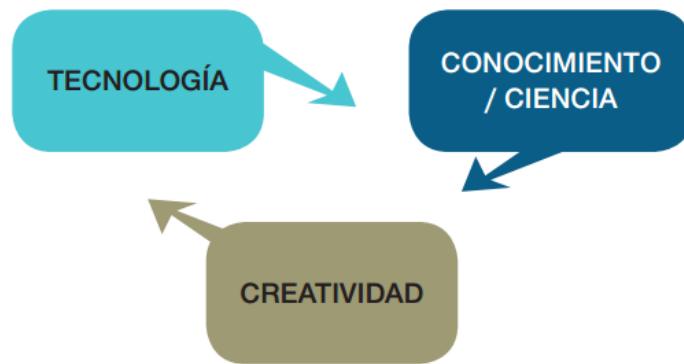
producción pura, la creatividad se anuncia como método innovador, siendo el campo de batalla de las agencias para garantizar el éxito”. Mottard, E. (2015): “*El Epicentro*”. Eventos Magazine; Creatividad en eventos. Zaragoza, Archivos de la Facultad de Economía y Empresa.

“No pretendamos que las cosas cambien si siempre hacemos lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países porque la crisis trae progresos”

-Albert Einstein-

Con esta cita de “Albert Einstein”, remarco la idea de progresar y hacer evolucionar el proceso productivo, y para una mejora de éste, es necesario estar en contacto con la “*Creatividad*”, definida como: “*la habilidad para generar de manera fácil ideas, alternativas y soluciones a un determinado problema*” Ponti, F. (2001): “*La empresa Creativa*”. Ediciones Granica, Barcelona. Por ello creo que se ha creado un nuevo modelo de competitividad, añadiendo el eje de la creatividad:

Gráfico 1: Los tres ejes del nuevo modelo de competitividad empresarial



Fuente: “Manual de la creatividad empresarial”⁴

Para que este nuevo modelo de competitividad empresarial sea válido depende del capital social, el motor que hace que funcione. Este modelo viene siendo objeto de análisis en los últimos años, y Richard Florida es uno de los personajes actuales que

⁴ Crea Business Idea - “Manual de la creatividad empresarial”-Interreg Sudoe; UE/EU – FEDER/ERDF.15/06/2017

mas ha contribuido a su expansión, en obras como *The Rise of the Creative Class*⁵ (La aparición de la clase creativa).

Con esta investigación sociológica, y después de haber explicado los conceptos base, como es la relevancia de las estrategias creativas en la actualidad y los procesos productivos más importantes de la historia, se tratará de explicar y desarrollar uno de los procesos creativos que están en auge en la actualidad, los Team Building, para estudiar la repercusión de la producción del capital social de las empresas.

I. BASES DE LA INVESTIGACIÓN:

¿Qué es el Team Building, y para qué sirve?

(Team) equipo (Building) construcción, (TB) cuya traducción literal del inglés al castellano es “creación/construcción de equipo/s”, término definido como la realización de un conjunto de actividades y ejercicios cooperativos entre empleados de una empresa, para poder alcanzar un objetivo, con el fin de mejorar el rendimiento y las relaciones sociales entre miembros de un equipo de trabajo para llegar a convertirse en un “Equipo de alto rendimiento (EAR)”.

Ser un equipo de alto rendimiento significa poseer, entre otras aspectos, unos objetivos definidos en común, determinados por un previo sistema de medición del alcance de los mismos; Todos los miembros que lo forman tengan correctamente definido su rol dentro del equipo; Presencia de un liderazgo aceptado por todos los integrantes del equipo; Definir de manera estandarizada unos procesos efectivos de trabajo y procedimientos sobre los que los miembros tomen decisiones y puedan solucionar problemas; Relaciones sólidas entre los miembros y además, un excelente proceso de comunicación. El alcance de un verdadero equipo de alto rendimiento llega una vez se cumplan todas estas características, y lo más complicado, después poder llegar a mantenerlo.

⁵ Florida, R. (2002): “The Rise of the Creative Class: And How It’s Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life”. Basic Books.

Actualmente, estas actividades las contratan las empresas para poder llegar a conseguir un equipo de alto rendimiento entre los grupos de trabajadores de su empresa. Después de conseguir este objetivo de equipo, el rendimiento de los trabajadores en la empresa será mayor, repercutiendo en mayor producción, facturación, en general, mayores beneficios para la empresa.

Tipos de Team Building⁶

En si mismos, partimos exponiendo que los *Team Building* son actividades dinámicas participativas *creadas a medida* de las necesidades de la empresa/cliente contratante, desarrolladas en un espacio y localización definida para que la conversión a equipo de alto rendimiento sea la mas propicia posible. Es verdad que esto supone un coste elevado, por eso existen varias actividades predeterminadas y ya planificadas (*modelos de actividades estándar*) que se ofrecen, y que persiguen unos objetivos específicos. Existen infinitos modelos de actividades dinámicas participativas, en este caso me voy a centrar en un tamaño reducido de los tipos de experiencias existentes:

- *One Word:* Formaríamos equipos de 3 ó 4 personas de manera aleatoria, con un portavoz en cada uno de ellos. Cada equipo, en un periodo máximo de tiempo de un minuto tendrán que buscar una palabra, de forma consensuada, que definiese aspectos relativos al ámbito de la empresa (visión de la empresa, cultura organizacional, lema de la empresa, productividad del departamento, ...). Una vez tenga cada grupo una palabra, los portavoces de cada equipo tendrán que exponerla y de forma unánime tendrán que escoger aquella que mejor la defina, otorgándole a dicho equipo un punto. Posteriormente, la suma de todas las puntuaciones determinará el ganador del TB.
- *Lipdub:* Formaríamos equipos de 3 ó 4 personas aleatoriamente, con un portavoz en cada uno de ellos. Cada equipo tendría que crear un *Lipdub*, es decir, una coreografía en vídeo con una base musical sincronizando gestos faciales y labiales, y movimientos corporales con una canción popular. Cada portavoz, en consenso con el grupo tendrá que puntuar la actuación de los demás equipos en un intervalo puntuable

⁶ <http://www.felicidadeneltrabajo.es/>

del 1, como nota mínima, al 10 como máxima. Posteriormente, la suma de todas las puntuaciones determinará el ganador del TB.

- *Express meeting:* Esta actividad persigue una dinámica parecida a las citas a ciegas (*traducción literaria al castellano*: “*citas rápidas*”). Se dividirá a todos los empleados en dos grupos, y tendrán que sentarse por parejas, en un periodo de 2 minutos tendrán que conocerse contestando a unas preguntas predeterminadas (*nombre, edad, departamento de trabajo, hobbies, metas, ambiciones*).
- *Mi éxito personal:* Formaríamos equipos de 3 ó 4 personas aleatoriamente, y en 2 minutos de forma individual, tendrán que exponer un suceso cumbre dentro de su carrera profesional y compartirlo con el resto del equipo. Posteriormente, tendrán que pensar y exponer cuáles fueron las claves de ese éxito particular, en unos 5 minutos aproximadamente, y compartirlo con el grupo.
- *5 favoritos:* Formaríamos equipos de 3 ó 4 personas aleatoriamente, con un voluntario en cada uno de ellos. Se trataría de que cada miembro del equipo tendría que escribir 5 favoritos (*5 deportes, 5 canciones, 5 artistas, 5 películas, 5 comidas*) y el voluntario tendría que anotar cuales son las coincidencias entre los miembros del equipo.
- *Olimpiadas empresariales:* Requieren de espacio. Formaríamos equipos de 4 personas con las que formemos equipo de trabajo dentro de la empresa. Organizaríamos 4-5 pruebas, adaptando la dinámica al espacio al que se optase, y serían actividades deportivas. En cada actividad se otorgaría unas puntuaciones, para un posterior ranking de oro, plata y bronce. A los ganadores de las olimpiadas se les entregaría un premio. Suele estar demandada por empresas como Dechatlon, Adidas, etc. Posteriormente expondré una anécdota personal de los compañeros de Eventos Experience relacionada con este TB.

- *Búsqueda del tesoro:* Requiere de un espacio mayor que el del TB “*Olimpiadas empresariales*” ya que se suelen realizar espacios/zonas abiertos, en un parque, una zona delimitada de la ciudad, barrios, etc. Formaríamos equipos de 4 personas con las que formemos equipo de trabajo en la empresa, con un portavoz en cada uno de ellos. Se trata de una actividad de pruebas sucesivas, en la que la resolución de la prueba te da una pista o acceso a la siguiente prueba. El número de pruebas suele estar entre 5-7 y no hay máximo de tiempo, es una competición en la que gana el equipo que antes realice de forma correcta todas las pruebas. Las pruebas podrán ser tanto de habilidad/agilidad mental como física. El equipo que primero encuentre el tesoro tras haber realizado todas las pruebas con éxito se le entregará un premio.

Cada actividad de TB está destinada a cumplir unos objetivos específicos, y según cuáles sean los propósitos del cliente/empresa contratante se realizarán diferentes actividades dirigidas. El modelo de actividad TB “*One Word*” es efectivo para que los empleados tengan como objetivo, el saber cuál es la visión, misión, valores y cultura de la empresa. Los modelos de actividad TB “*5 favoritos*” y “*Express meeting*” sirven para que los empleados se conozcan mejor y descubran afinidades entre ellos, por ejemplo el “*5 favoritos*” se suele realizar cuando hay varios empleados nuevos en la empresa, para que -rompan el hielo- de la timidez con el resto de compañeros, y posteriormente puedan potenciar la confianza y la complicidad. El modelo de actividad de TB “*mi éxito personal*” es una dinámica que tiene como objetivo que todos los compañeros aprendan de los éxitos y de las virtudes de los demás. La actividad “*Lipdub*” es muy popular en empresas que están activas en medios digitales, redes sociales, página web; está iniciativa nació de la aplicación móvil “*Dubsmash*”, y se propagó a esta vertiente de creación de equipo, que tiene como objetivo transmitir una imagen desenfada y juvenil de la empresa. Y por último, los TB “*Olimpiadas empresariales*” y “*Búsqueda del tesoro*” se suelen realizar en épocas de buen tiempo, primavera ó verano, para aprovechar los espacios abiertos; son dinámicas que requieren de una mayor coordinación para la resolución de los problemas y la toma de decisiones que se plantean, por lo que tienen como objetivo una mayor cohesión y compenetración entre los miembros de trabajo habituales dentro del equipo/departamento de la empresa, además de la competitividad, hecho fundamental en muchas empresas para mantener activos y con iniciativa a sus empleados; suelen realizarse en épocas previas a un gran

volumen de trabajo, o épocas previas a grandes retos para la empresa, absorción de una empresa, creación de una nueva línea de producción, etc.

Un ejemplo claro, es el que mostraron Alberto y Abel en la entrevista que les realicé. Contaron que Decathlon les contrato en el periodo Navideño para que les hicieran el Team Building de las Olimpiadas empresariales, porque la empresa tenía como objetivo que aflorase el sentimiento de competitividad en el trabajo entre sus empleados de almacén; al tratarse de una época con gran volumen de trabajo, un elevado número de empleados eran de nuevo ingreso, por lo que implantarles los valores de competitividad entre sus trabajadores era esencial para que el trabajo en esas épocas se realizase con éxito.

Estos son varios ejemplos de (*TB*), pero sobre todo, los mas demandados por las empresas son los de “*Búsqueda del tesoro*” y las “*Olimpiadas empresariales*”, porque requieren de una mayor compenetración, coordinación y competitividad entre los miembros de cada equipo, y entre los diferentes equipos.

*¿Cómo realizar un Team Building para empresas?*⁷

Realizar las actividades dinámicas de *Team Building* es sencillo, la complejidad viene dada por las previas herramientas y conceptos que hemos tenido que aprender, procesos fundamentales para una buena estrategia de *TB*, como por ejemplo: hay que poseer pleno conocimiento de los miembros del equipo, la comunicación debe ser precisa y clara en todo momento, hay que estimular la participación de los integrantes de los equipos, y sobre todo que la resolución de los problemas tiene que ser rápida y con argumentos constructivos.

Una vez se tengan claras estas herramientas estratégicas podremos proceder a la creación de la actividad *Team Building*, siguiendo estos tres pasos:

1. PLANIFICAR: Dentro de la planificación, debemos de identificar cuáles son los puntos débiles y las carencias que posee el equipo junto con los objetivos demandantes, recopilar varias posibilidades de *Team Building* que se adapten a

⁷ <http://www.felicidadeneltrabajo.es/>

los empleados, y escoger la que consideremos más oportuna para suplir dichas carencias de equipo con el cumplimiento de los objetivos, adaptando finalmente la actividad con un TB personalizado.

2. CREAR: Crear la actividad participativa a raíz del planteamiento del paso de planificación, aprovechando la dinámica para reproducir situaciones análogas a las cotidianas dentro de su trabajo diario. Además tendríamos que habilitar un espacio destinado a la reflexión de los juegos de TB.
3. REALIZAR SEGUIMIENTO: Una vez haya concluido la actividad, y en el espacio habilitado, se deben dedicar unos minutos para la reflexión y el intercambio de opiniones e impresiones entre los empleados.

Peligros y desventajas

El fin último de estas dinámicas de grupo es crear un mejor ambiente en las relaciones sociales de los miembros del equipo para conseguir un (EAR), pero tenemos que tener presente que estamos trabajando con personas humanas, personas las cuales poseen diferentes formas de pensar, de actuar, de relacionarse y con disposiciones diferentes al trabajo. Por lo que tendríamos que recoger todos aquellos aspectos para reconducirlos hacia un mismo objetivo común en su conjunto, pero ¿Qué ocurriría si no se llegase construir y concienciar de ese objetivo común que habría que alcanzar? Ahí es cuando surgirían las desventajas y los peligros.

Uno de los peligros surgiría cuando se producen discusiones por las diferentes formas de pensar de varios miembros del grupo, ó por el nivel de competencia de la actividad, llegando a dividir el equipo por las discrepancias.

Uno de los requisitos de estas dinámicas es la realización de actividades colaborativas, actividades en las que se pueden cometer errores. Puede ocurrir que nadie quiera asumir esos errores, hecho que puede dividir el grupo. Más concretamente, los peligros vendrían por las discusiones del grupo por pensar de forma diferente al del resto de miembros y por no asumir los errores, hechos que provocarían la desventaja de la división del grupo sin llegar al objetivo de la cohesión/coordinación grupal.

1.1 PREGUNTA INICIAL

“¿Qué ofrecen los Team Building?”

La respuesta a esta simple pregunta es sobre lo que voy a basar mi investigación, englobando las estrategias y los objetivos que voy a analizar. A través de unos objetivos, que posteriormente definiré, analizaré la repercusión de un *Team Building personalizado* para una empresa demandante de este servicio, analizando a posteriori el resultado de esta actividad dinámica para valorar su evolución social dentro de la empresa, y dando respuesta así a la pregunta inicial.

Para poder realizar esta actividad de TB, contaré con el apoyo de una empresa Aragonesa emergente, cuya actividad empresarial es la creación personalizada de eventos, llamada “*Eventos Experience*”.

“¿Qué ofrece la empresa -Eventos Experience- y quiénes son?”

Es una empresa Aragonesa, que realiza su actividad empresarial en Zaragoza. Está formada por dos ex - estudiantes de la Universidad de Zaragoza, el socio Co-fundador Alberto Laplaza Castán (*Graduado en Finanzas y Contabilidad -FICO-*) y el socio Co-fundador Abel Nuñez (*Graduado en Magisterio de Educación Primaria*). Crearon - *Eventos Experience*- para enriquecerse, empresarialmente hablando, y crecer en este mundo laboral tan competitivo, persiguiendo el sueño de ser ellos sus propios jefes. Decidieron enfocarse en el sector servicios, mas concretamente en la oferta del servicio de creación de eventos, porque tras un previo estudio que realizaron, se dieron cuenta que era una oportunidad clara a explotar en esta nuestra ciudad. Llevan año y medio con su actividad empresarial, y por el momento están orgullosos del gran volumen de trabajo que sustentan. Además, a través de su página web <https://www.eventosexperience.es/> ofertan varios paquetes de lo que ellos citan eventos de experiencias, entre los cuales se pueden encontrar las dinámicas empresariales *Team Building* que yo preciso para realizar este estudio, y es por este motivo por lo que su apoyo empresarial es fundamental para que pueda desarrollar este trabajo sociológico.

1.2 OBJETIVOS Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

“Identificar los mecanismos, situaciones y procesos creativos que se generan en la creación de las actividades dinámicas participativas Team Building, a través de la asociación con una empresa Zaragozana, con el fin de realizar un análisis sociológico de la repercusión de estas experiencias de grupo sobre otra empresa demandante y contratante de estos servicios”. Dicho objetivo se centrará exclusivamente en la ciudad de Zaragoza, Aragón. –entre Marzo y Junio de 2017-.

Si bien, aunque estos datos no podrán ser generalizados ni extrapolados para hacer una conclusión general y aplicable ya que el estudio muestral es mínimo y no tendrá carácter de representativa, espero poder dar respuesta al objetivo general aplicado al radio de influencia que hemos elegido. Sin embargo, me apoyaré adicionalmente en estudios, datos científicos de España y datos de la población mundial para dar una respuesta con una perspectiva más global y aplicable.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para alcanzar la respuesta del objetivo general, se definirá y desarrollará unos objetivos específicos mas concretos que segmentarán el estudio e incidirán en diferentes puntos de una manera mas focalizada.

1. Analizar, con carácter interno, la empresa sobre la que me voy a sustentar para realizar la investigación sociológica.

Primeramente, para poder dar pie a la investigación, realizaré un análisis interno a la empresa sustentante de la investigación, desglosando su identidad corporativa, realizando un análisis DAFO, y describiendo cuál es su actual cartera de productos; Con el fin de poder recopilar un mayor conocimiento de su propuesta y valores empresariales para ofrecer un servicio mas personalizado a la empresa demandante y contratante de estas actividades.

2. Averiguar cuál es la motivación que lleva a la empresa demandante y contratante de la actividad, para necesitar disponer de las actividades de *Team building*, y cuáles son los objetivos a cumplir por sus participantes.

Una vez realizado el análisis interno de la empresa sobre la que se va a sustentar la investigación sociológica, “*Eventos Experience*”, y sabiendo cuál va a ser la empresa demandante y contratante de estos servicios de actividades dinámicas, “*grupo SAMCA*”, querría saber cuales son las causas por las que dicha empresa llega a requerir de estas experiencias grupales de creación de Equipos de Alto Rendimiento, y cuáles son los objetivos específicos que quieren que cumplan sus equipos de trabajo, sobre los que se va a realizar la actividad.

3. Ayudar a la “*Eventos Experience*”, en la creación de las propuestas de las actividades a medida previas, ofreciéndoles diferentes alternativas al grupo SAMCA.

Una vez tengamos las causas por las cuales el “*grupo SAMCA*” requiere de estas actividades dinámicas y además tengamos definidos los objetivos que quieren que sus equipos de trabajo cumplan a través del *Team Building*, trabajaré de manera colaborativa con “*Eventos Experience*” para ofertarles diferentes actividades propicias para el cumplimiento sus enmiendas previas.

4. Analizar la repercusión de la actividad *Team Building* sobre los trabajadores de los diferentes equipos del “*grupo SAMCA*”.

Para poder analizar la repercusión de esta actividad dinámica entre los miembros/trabajadores del “*grupo SAMCA*”, crearé una encuesta para que se realice posteriormente a la realización del *Team Building*, con el fin de determinar una evolución y evaluar si han conseguido acercarse o llegar a ser un Equipo de Alto rendimiento.

II. ESTRATEGIA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. METODOLOGÍA

Una vez definidos los objetivos de este estudio sociológico, se analizará las fuentes sobre las que se va a sustentar el diseño de la investigación. La metodología que se ha utilizado para la elaboración de este trabajo sociológico ha seguido diferentes pasos.

En primer lugar, estuvo la definición del tema, y el qué investigar; posteriormente el coordinador del trabajo fin de grado facilitó una guía para poder desarrollar el plan de la investigación a seguir, con los puntos más importantes en los que centrar la atención y el estudio.

El mayor porcentaje de la elaboración del plan de investigación ha sido elaboración propia, y toda la información recogida ha sido previamente analizada y estudiada. Como último paso, se concretan varias fuentes de información han facilitado diversos recursos para completar con éxito dicho trabajo:

Fuentes primarias: En el transcurso de la realización de la investigación sociológica, se ha requerido de entrevistas con el coordinador del trabajo de fin de grado, con los fundadores de “*Eventos Experience*”, y con los miembros de la empresa contratante del *Team Building* (“*grupo SAMCA*”), además de diversas encuestas que han servido para sustentar la investigación.

Fuentes secundarias: Se ha requerido, como podemos apreciar en la bibliografía, la recopilación de información de varias de las asignaturas cursadas a lo largo del grado, artículos y páginas web, con las que se ha podido obtener un mejor resultado en la realización de la investigación sociológica.

2.1.1. LA ENCUESTA:

En este apartado metodológico, referido a la encuesta, se analizará el tipo de encuesta escogida, cuál ha sido el proceso de obtención de la información de la misma, el tipo de muestreo que se ha definido, junto con la explicación del proceso de depuración de la información recopilada, y las técnicas analíticas de datos.

2.1.1.1. Tipo de encuesta

Para esta investigación sociológica se ha escogido el tipo de encuesta en el que la recopilación de información se realiza de forma personal, por lo tanto, se realizarán varias entrevistas cuya recopilación de datos se obtendrán con la encuesta. Se ha escogido este método de recopilación de la información porque se podría llegar a obtener unos resultados mas veraces, ya que hay contacto visual, conversación y puede llegar a haber complicidad y confianza, hecho que garantizará sinceras respuestas por parte de los entrevistados.

Esta encuesta servirá como instrumento para obtener la información de la repercusión del *Team Building*, por lo que se averiguará si se han cumplido los objetivos previamente definidos, como pueda ser la mejora de la comunicación, confianza, compañerismo, motivación y trabajo en equipo... Y así poder dar respuesta al objetivo principal.

La elección de este tipo de encuesta contempla la ventaja de que se podrá recopilar información añadida útil para el desarrollo de la investigación, como bien se ha indicado anteriormente, creando un clima de confianza. Esta recopilación añadida será recabada a través de la primera parte de la encuesta, ya que contará con varias preguntas de carácter introductorio que desvelarán si conocen estas actividades dinámicas, ó cuáles son las que creen que son más útiles.

La mayor desventaja que se encontrará, será el tiempo que se empleará en cada una de las entrevistas. Otro dato en desventaja, será el hecho de influenciar en las respuestas de los encuestados, porque la recopilación de información sesgada será un problema en el trabajo, por lo que el tono, el trato, la expresión y lenguaje corporal con cada uno de ellos tendrá que ser lo mas parecido posible.

2.1.1.2. Tipo de muestreo

Primeramente, especificar que la población objeto de estudio se trata de todas aquellas personas que van a realizar la actividad de Team Building, independientemente del sexo y la edad que posean, ya que el estudio que se está realizando se centra en averiguar la repercusión de la actividad, y dentro del grupo SAMCA trabajan empleados de toda la clase de perfiles.

En lo que respecta al tipo de muestreo, puntualizar que se trata de un muestreo no probabilístico, ya que los resultados no se podrán extrapolar ni generalizar al resto de la población y además la elección que se va a realizar de la muestra es a través de un proceso no aleatorio y a criterio por conveniencia propia y de los directivos del grupo SAMCA. Por lo tanto, se utilizará un muestreo intencional o también denominado de conveniencia, ya que es el grupo SAMCA el que decide y selecciona cuántas personas y qué personas son las que van a participar en la actividad dinámica.

En el momento de realizar el muestreo, se descartó a los directivos que acompañaban a los empleados a realizar la actividad y a los familiares que acompañaban a los empleados de la empresa, ya que aunque realicen la actividad, no aportarán información relevante para el posterior análisis y resolución del objetivo fijado.

En total se realizó 23 entrevistas a los empleados/trabajadores del grupo SAMCA.

Ficha técnica

Fecha	Junio 2017
Diseño de la investigación	Estudiante de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza
Universo	Trabajadores/Empleados del grupo SAMCA que han realizado la actividad dinámica de Team Building
Tamaño de la muestra	23 entrevistas
Tipo de muestreo	Muestreo no probabilístico
Tipo de encuesta	Entrevista personal
Fecha de realización del trabajo de campo	Junio 2017
Equipo de trabajo de campo	Estudiante de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza
Tratamiento estadístico	Análisis de datos a través del programa de análisis SPSS y Microsoft Excel

2.1.1.3. Proceso depuración de datos

Dentro del proceso de recopilación de datos, se tuvo en cuenta la posibilidad de identificar casos atípicos y datos perdidos, puesto que es importante determinarlos en esta etapa para que los resultados sean veraces y significativos .

Por una parte, en el caso de que hubiera habido casos extremos que se alejan de la población objeto de estudio, hubiera decidido eliminarlos o apartarlos de la investigación.

Y por otra parte, a lo que se refiere a los datos perdidos o los datos “*missing*”, puntualizar que se determinaron previa realización de las encuestas. Primeramente, en cuanto a los datos “*missing*”, se identificó que son aquellos en los que el encuestado no tiene que contestar porque no corresponde que conteste, ya que son preguntas del tipo filtro, por lo que se atribuye como 888 dentro del programa de análisis de datos SPSS. Y por último, aquellos datos en los que el encuestado se niega a contestar, se atribuye la numeración 999, en el programa anteriormente citado.

2.1.1.4. Técnica de análisis de datos y paquete informático

Por último, una vez finalizada la recopilación de los datos, se escogieron diferentes técnicas; Para la recopilación de los datos de la primera parte se utilizó las tablas de frecuencia del programa Microsoft Excel; y en cuanto a la segunda parte de la encuesta, la técnica que se utilizó para los datos recogidos fue mediante técnicas univariadas, bivariadas y multivariadas, gracias al programa de análisis de datos SPSS. Para las preguntas de Likert, se realizó un análisis factorial de los datos.

2.1.2. LA ENTREVISTA

Para poder dar respuesta a varios aspectos de los objetivos que previamente se definieron, se realizó una entrevista a los co-fundadores de *Eventos Experience*. Se escogió esta metodología de búsqueda de información, entrevista en profundidad, porque es una de las técnicas más resolutivas dentro de la Investigación de Mercados y una de las más utilizadas en las investigaciones exploratorias, ya que proporciona información de forma veraz, directa y rápida .

Se realizó una entrevista bi-personal, directa y no estructurada, porque se prefirió concretar preguntas abiertas, para simular una conversación, y así poder dar mayor iniciativa a los entrevistados llegando a una mejor recopilación de información. En esta entrevista, se trató de averiguar las motivaciones, actitudes, sentimientos y pensamientos a cerca del tema central de la investigación, los *Team Building*.

La entrevista en profundidad fue realizada la mañana del día 2 de Mayo de 2017, la cual tuvo una duración aproximada de 25 minutos de tiempo. Se produjo bajo un ambiente tranquilo y relajado, el cual permitió tener una dinámica distendida con los entrevistados. Sucedió en la terraza cerrada del piso en el que resido en Zaragoza, en el barrio del Actur. Al conocer a los entrevistados, y con la dinámica distendida creada, hicieron que la conversación entre ellos fuera fluida, y con la resolución clara de las preguntas se proporcionó respuestas sinceras de gran valor para la investigación. En ningún momento se sintieron presionados, y siendo conscientes de que nada de lo que dijese podían ser juzgado dentro la investigación.

Una vez realizada la entrevista, tras su previa grabación, se elaboró la transcripción y análisis, hecho que posibilitó conocer de una forma mas veraz la opinión de los dos entrevistados.

Para concluir, mencionar que soy plenamente consciente que toda la información recabada para este trabajo de investigación sociológica no es extrapolable al resto de la población, y que las conclusiones que se obtuvieron del análisis de la transcripción están limitadas a las experiencias de los entrevistados.

2.1.2.1. Ficha de los entrevistados

Se realizó una breve ficha introductoria con los datos más importantes de los entrevistados, que servirán de guía para su presentación inicial. Esta ficha contiene los apartados de nombre, sexo, edad, nivel de estudios, situación laboral, residencia y estado civil. Además se introdujo un pequeño apartado para introducir cuál es la motivación principal de asistencia de los entrevistados, es decir, el tema central sobre el que se va a desarrollar la entrevista.

FICHA DE LOS ENTREVISTADOS <i>(nombre)</i>	
Sexo	Hombre/Mujer
Edad	-
Nivel de Estudios	-
Situación Laboral	Estudia, ó Trabaja ó Estudia/Trabaja
Residencia	-
Estados civil	Soltero, comprometido, casado, divorciado ó viudo
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Motivación principal de asistencia	-

2.1.2.2. Primeras impresiones

Por último, al finalizar la entrevista, se redactaron unas líneas referidas a las primeras impresiones que tuve antes, durante el transcurso de la entrevista y después cuándo finalizó.

III. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Tras la recopilación de información obtenida en las diferentes reuniones de empresa, la entrevista en profundidad y en las encuestas de carácter exploratorio, se procedió a analizar toda la información recabada, para poder así dar respuesta a los objetivos, previamente definidos.

1. Analizar, con carácter interno, la empresa sobre la que me voy a sustentar para realizar la investigación sociológica.

Para poder dar solución a este objetivo específico de la investigación, se realizó un análisis interno a la empresa *Eventos Experience*, desglosando su identidad corporativa, realizando un análisis DAFO, y describiendo cuál es su actual cartera de productos, con el fin de poder tener un mayor conocimiento de su propuesta y valores empresariales.

Para su elaboración, se ha requerido del análisis de la entrevista, del análisis de la información que presentan a través de su plataforma web y de la información recaba en las diferentes reuniones y conversaciones telefónicos que se han mantenido a lo largo del transcurso de la investigación sociológica.

MISIÓN, VISIÓN, Y VALORES Y CULTURA (*imagen corporativa*):

MISIÓN

Es una empresa dedicada a organizar eventos y experiencias personalizadas, diferenciándose de los demás (-“*saliendo de la rutina*”) y contribuyendo a cumplir el objetivo de cubrir las expectativas de todo aquel que lo necesite.

VISIÓN

Se han centrado en guiar y ayudar a instituciones, organizaciones y empresas a ser mejores y más competitivas; y a la sociedad en general a progresar a través de la creación de nuevas experiencias innovadoras, con un fin social.

VALORES Y CULTURA

La interacción que ofrecen como empresa hacia los clientes es personal y cercana, proporcionando empatía, adaptabilidad y compromiso, claves en sus valores como empresa joven e innovadora.

ANÁLISIS DAFO

Para poder realizar el estudio, previamente se tuvo que entender la empresa con la que nos vamos a asociar, por lo que para concluir el análisis interno se recurrirá al análisis DAFO para tener un mayor conocimiento sobre ellos.

AMENAZAS

- Inestabilidad económica (crisis financiera): *El sector servicios es de los más perjudicados en esta situación.*
- Auge de empresas competidoras: *Dentro del sector servicios, hay una creciente vertiente de empresas que solo se dedican a la creación de las actividades dinámicas enfocado a empresas.*

OPORTUNIDADES

- Tendencia actual progresiva: *Las actividades Team Building están en auge entre las empresas con equipos de trabajo potenciales.*
- Crecimiento en el número de empresas que solicitan este servicio: *Muchas están interesadas en que sus equipos lleguen a convertirse en Equipos de Alto Rendimiento.*
- Instaurada en las plataformas de comunicación 2.0: *Redes sociales, oferta digital en página web, etc.*

DEBILIDADES

- Nivel de emprendimiento actual: *Es una empresa joven, con año y medio de actividad empresarial.*
- Fuerza de ventas no consolidada: *Sobre todo en la captación de clientes potenciales, refiriéndose específicamente a empresas.*
- Baja experiencia: *En el ámbito del emprendimiento empresarial.*
- Número de profesionales contratados: *Actualmente, para realizar la actividad empresarial solo cuenta con los dos socios co-fundadores de la misma.*

FORTALEZAS

- Bajo coste estructural: *Poseen la capacidad de aguantar sin obtener beneficios, ya que no poseen apenas costes fijos en el negocio.*
- Versatilidad en la cartera de productos: *Son eventos personalizados, y fácilmente adaptables y reacondicionados a otros clientes.*
- Cohesión grupal: *A pesar de ser habitual la falta de cohesión en empresas poco maduras, esta la han creado dos personas que son amigos.*
- Responsabilidad Social Corporativa (RSC): *Latente en sus tres significados, mejora en el ámbito social, económico y ambiental.*

ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE LA ACTUAL CARTERA DE PRODUCTOS

La cartera de productos que ofrecen y disponen, la dividen en tres grupos, todos ellos se enfocan a la realización de eventos: Eventos de empresa, eventos deportivos y eventos personales: <https://www.eventosexperience.es/> 13/05/2017.

- **Eventos de Empresa a medida:** Ofertan la organización completa de un evento empresarial, sea cual sea, y siempre a medida de la empresa demandante. A su vez, dentro de estos eventos de empresa, diferencian tres sub-apartados más específicos:
 - *Eventos de empresa*: Ofertan la organización completa de un evento empresarial, eventos públicos y privados, conferencias, congresos, además de incluir en estos eventos la búsqueda del espacio, disposición del servicio de azafatos/as y coaching.
 - *Team Building*: Como he mencionado anteriormente, ofertan estos servicios, realizando actividades dinámicas para crear cohesión de equipo, tanto en un espacio *-indoor-* como *-outdoor-*, y siempre para la resolución de unos objetivos previos.
 - *Cenas de empresa*: Ofrecen cenas de empresa con una innovadora organización, acompañándolas de los mejores restaurantes, actividades y espectáculos.
- **Eventos deportivos a medida:** Ofertan la organización completa de un evento deportivo, así como la gestión de cualquier actividad deportiva que conlleve el evento. También tienen el servicio de crear todas aquellas acciones de Marketing que necesite un club deportivo. A su vez, dentro de estos eventos deportivos, diferencian tres sub-apartados más específicos:
 - *Eventos deportivos*: Ofrecen la organización completa de un evento deportivo a medida.
 - *Actividades deportivas*: Además de todo lo que engloba a los eventos deportivos, ofrecen otros servicios extraoficiales, como puedan ser los monitores, o el material deportivo.
 - *Álbumes y cromos*: Este evento posee un objetivo social, gracias a la creación de álbumes y cromos de los jugadores de un deporte determinado de un club, promueven las relaciones de cohesión y cooperación social, y los valores de equipo.

- **Eventos personales a medida:** Ofertan la organización completa de un evento/experiencia personal, como puedan ser despedidas de soltero/a, planes de fin de semana, actividades grupales como puedan ser los eventos de pasos de ecuador o finales de carrera:
 - *Despedidas de soltero/a y despedidas de casado/a:* Ofrecen la organización completa de la despedida de soltero/a, tanto en Zaragoza como en el resto de España. Poseen diferentes packs cerrados, pero también las organizan de forma personalizada.
 - *Planea tu experiencia, tus actividades:* Ofertan la organización de actividades grupales durante los días que les propongan. Estas actividades son deportivas, “de relax” o combinación de ambas.
 - *Pasos de ecuador y finales de carrera en Zaragoza:* Ofrecen la organización y gestión del evento universitario de los pasos de ecuador y finales de carrera, al completo. Gestionan el espacio, los regalos, y todo lo que les propongan.

2. Averiguar cuál es la motivación que lleva a la empresa demandante y contratante de la actividad, para necesitar disponer de las actividades de *Team Building*, y cuáles son los objetivos a cumplir por sus participantes.

Con este objetivo, se quisiera determinar cuales son las causas por las que la empresa llega a requerir de estas actividades dinámicas de creación de Equipos de Alto Rendimiento, y cuáles son los objetivos específicos que quisieran que cumplan sus equipos de trabajo, sobre los que se va a realizar la actividad.

Primeramente, concretar que la empresa “*grupo SAMCA*” es la empresa escogida para realizar el estudio sociológico, por el simple hecho de que fue la primera empresa que contactó con Eventos Experience con la finalidad de contratar los servicios de la realización de un *Team Building*.

Una vez se determinó la empresa demandante y contratante de las actividades dinámicas, me dispuse a recabar toda la información posible para dar solución a los objetivos previamente definidos. Para poder dar respuesta a estas cuestiones, se realizó una entrevista a Eventos Experience, ya que ellos han podido reunirse de primera mano con el grupo SAMCA y están al corriente de todas las demandas. La transcripción de la misma se encuentra detallada en el Anexo 1: Transcripción de la entrevista, página 41.

Antes de la inmersión en la solución del objetivo, concretar que Eventos Experience les informó del vínculo que poseían con la Universidad de Zaragoza, hecho resultante de la investigación sociológica, por lo que el grupo SAMCA se dispuso reacio de esta situación. Con este suceso se limitó la investigación, pero con el buen hacer de Alberto y Abel, utilizándolos de intermediarios en el estudio, tuve acceso a toda la información necesaria para completar dicha investigación.

Tras la entrevista que se realizó, los co-fundadores Alberto y Abel explicaron que las principales motivaciones que habían llevado a contactarles para requerir de sus servicios, era por el simple hecho de que estaban teniendo un gran volumen de trabajo en el mes de Mayo en concreto y de igual forma los meses venideros, por lo que se habían comprometido a externalizar dichas actividades.

Tras el intercambio de información, a través de conversación telefónica, SAMCA, tal y como se expresaron, realizaba dichas actividades todos los años, pero su preparación, organización y coordinación la ejecutaban intra-compañía, es decir, era un grupo de trabajadores concretos de la propia empresa los encargados de crear estas actividades, a raíz de unos objetivos previos impuestos desde la dirección. Por este motivo, este año habían decidido contratarlos y darle, a estas actividades que ellos realizaban, un carácter mas profesional y con resultados mas medibles.

Una vez expuesta cuál era la motivación principal por la que necesitaban los servicios de Team Building, introduciré los objetivos específicos que quieren conseguir con las futuras actividades dinámicas:

1. Mejorar la comunicación personal entre los empleados de la empresa, así como la confianza y el compañerismo entre ellos.

Como se muestra en la entrevista, en la línea 142, Alberto expuso que tenían un gran volumen de trabajo en esta temporada “*este año tienen un gran volumen de trabajo*”, por lo que incidir en mejorar la comunicación, confianza y compañerismo es fundamental para poder llegar a conseguir el objetivo de realización del trabajo de la propia compañía.

2. Fomentar la actitud positiva entre los empleados de la empresa.

Los meses de verano, y sobre todo el calor que acontece en esta estación, hace que los empleados estén mas cansados, y como exponen en la línea 163 “*fomentar la actitud positiva de cara a estos meses de verano que se suelen hacer mas pesados con el calor*”, fomentar la actitud positiva es una buena herramienta para combatir la temperatura.

3. Mejorar la motivación y el trabajo en equipo de los empleados de la empresa.

Tal y como expusieron en la línea 128: “*hay poca relación entre los diferentes departamentos, relación de los empleados quiero decir*”, por lo que es normal quieran mejorar el trabajo en equipo entre sus trabajadores y establecer lazos de compañerismo con los empleados del resto de departamentos.

3. Ayudar a la empresa Eventos Experience en la creación de las propuestas de las actividades a medida previas, ofreciéndoles diferentes alternativas al grupo SAMCA.

Con este objetivo quería trabajar de manera colaborativa con Eventos Experience, para presentar una serie de propuestas de Team Building de carácter formal al grupo SAMCA, para cumplir los objetivos previamente definidos.

Para poder conseguir el fin de este objetivo, he tenido que desplazarme hasta dos ubicaciones, para realizar la propuesta. El día 16 de Mayo de 2017, tuve que ir a la oficina donde ellos operan día a día, se encuentra en el pueblo de Utebo, en la Avenida Logroño, portal número 29, piso 1º A-B, con Código Postal 50620. Y el día 18 de Mayo de 2017, con acreditación de invitado, estuvimos trabajando en “La Colaboradora”, (*calle “Mas de las Matas” número 20, con código postal 50014*), espacio donado por el Ayuntamiento de Zaragoza y la plataforma de Zaragoza Activa, para el trabajo de las empresas emprendedoras de la ciudad.

A lo largo de esas dos mañanas pude invertir con ellos, alrededor de, 10 horas de trabajo para poder crear la propuesta de actividades que podrían realizar, a falta de que la empresa grupo SAMCA nos diera el visto bueno para una de ellas.

Las propuestas de actividades dinámicas Team Building que finalmente se recomendaron y enviamos, están recogidas en el Anexo 2: Propuesta grupo SAMCA, en la página 50 del trabajo.

4. Analizar la repercusión de la actividad Team Building sobre los trabajadores de los diferentes equipos del grupo SAMCA.

A través del cuarto y último objetivo, se quiso determinar la evolución que ha generado la realización de la actividad Team Building entre los empleados del grupo SAMCA, por lo que me apoyaré en la encuesta creada anteriormente (Anexo 3: Encuesta; página 65.) y así valorar si han llegado a cumplir los objetivos previamente definidos.

En el anterior apartado, y siguiendo el proceso descrito con los objetivos, se pudo entregar un borrador de propuestas al grupo SAMCA, todas ellas destinadas para cumplir los objetivos que nos marcaron. La propuesta que salió definitivamente, tras intercambiar varios correos entre Eventos Experience y ellos, fue la de realizar la caminata en el entorno natural del Soto y Selva alrededor del caudal del río Ebro, en la parte del meandro que se encuentra en el parque del agua en el barrio de Actur. La actividad trata de recorrer este ecosistema natural creado por el meandro del río a su paso por un extremo de Zaragoza, en la que se puede avistar diferentes tipos de flora y fauna que se dan de forma única en el entorno. Esta actividad estuvo dirigida en todo momento por un guía experto, el cual marcó el camino a seguir y mostró las características geográficas, de flora y de fauna típicas de ese entorno.

Como se remarcó anteriormente, los participantes de la actividad estuvieron acompañados por sus hijos y familiares, lo que dificultó seguir los tiempos previstos para la realización de la actividad, ya que entre los hijos de los mismos había niños pequeños (como máximo tenían 8 años). Estaba prevista que durase entre 40 y 45 minutos, y terminó durando hora y media.

Una vez concluyó la caminata natural por el meandro del Ebro, realizaron otra actividad participativa, en este caso destinada a la preservación de la naturaleza. Los compañeros de Eventos Experience tienen un acuerdo con un bar que se encuentra en la zona de las oficinas de la Expo (Pablo Ruiz Picasso 63), llamado “Kuaras”, en el que terminaron el recorrido y donde realizaron el “*afterwork*” demandado, acompañado de otra actividad dinámica. Ésta trataba de que por cada núcleo familiar debían de construir una “caja

nido” (son cajas de madera de fabricación manual que sirven de refugio para los pájaros de la zona previamente explorada).

Para concluir la mañana de la actividad, tuvieron un “*afterwork*”, ese periodo de tiempo dedicado a la reflexión después del trabajo, en este caso después de la realización de las actividades dinámicas. Como detallé anteriormente, el “*afterwork*” lo realizaron en forma de almuerzo, y el donde lo realizaron fue el bar “Kuaras” donde concluyeron la excursión guiada.

Una vez estuvieron todos los empleados del grupo SAMCA organizados en mesas, se dispuso a cada empleado una de las 23 encuestas y así poder realizar cada una de las entrevistas, y así valorar la repercusión del cumplimiento de los objetivos. Los directivos estaban enterados de mi presencia, tuve que presentar y presentarme de forma oficial, y leer la pequeña presentación que introduce en la encuesta.

PARTE I ENCUESTA:

En esta primera parte, como se ha indicado en la metodología, está destinada principalmente a recabar esa información adicional que complementará la repercusión de la actividad que se mostrará en la PARTE II de la encuesta.

Esta introducción en la encuesta está destinada a conocer si saben que es un Team Building, si alguna vez han realizado alguno con anterioridad y que tipos son los que han realizado, la utilidad que creen que tienen estas actividades junto con su valoración, y cuáles creen que son los objetivos más propicios a cumplir en las actividades dinámicas y participativas.

¿Sabe que es un Team Building, y cuál es su finalidad?

Esta pregunta presenta las opciones de una forma dicotómica, Sí y No. En primer lugar, y analizando los resultados de las encuestas, detallar que de los 23 encuestados todos sabían que era un Team Building, excepto 2 de los encuestados. Para aquellos que no tenían constancia del término, se detalló la definición en la misma pregunta para que así lo conocieran.

¿Anteriormente, ha realizado alguna vez la actividad dinámica de “Team Building”?

Esta pregunta presenta las opciones de una forma dicotómica, Sí y No. Con respecto a las respuestas de esta pregunta, resaltar que 22 de los 23 encuestados ya habían realizado alguna vez este tipo de actividades. Lo cual es curioso, porque en la anterior pregunta había dos personas que no conocían el significado de Team Building, sin embargo, una de esas que no conocía el término si que había realizado estas actividades alguna vez con anterioridad. Como es lógico, la otra persona que no conocía el término Team Building, tampoco había realizado con anterioridad ninguna de estas actividades.

¿Qué tipos de Team Building ha realizado?

Esta pregunta presenta las opciones en formato elección múltiple, sin ser excluyentes unas opciones de otras. En esta pregunta se quería determinar cualquiera de los tipos de Team Building que habían realizado las 22 personas que en la anterior pregunta habían marcado, dividiéndolos entre Outdoor e Indoor, y clasificándolos en diferentes modalidades. El total de Team Buildings que habían realizado con anterioridad las 22 personas, era de 35 actividades.

Outdoor	
Cooperativo en grupos	0
Cooperativo conjunto	7
Deportivo en equipos	15
Preservación de la naturaleza	4
Total OUTDOOR	26

Indoor	
Cooperativo en grupos	3
Cooperativo conjunto	0
Individual competitivo	0
Seminarios, charlas, ponencia	6
Total INDOOR	9

Las actividades que mayor representación tuvieron fueron las que se realizaban al aire libre (las Outdoor), más concretamente las deportivas por equipos.

De los marcados anteriormente, ¿Cuál le ha resultado más útil?

Esta pregunta presenta las opciones en formato elección única, la más útil para el encuestado. En esta pregunta quería saber, de las respuestas que habían respondido en la pregunta anterior, cuales les habían parecido más útiles.

Outdoor	
Cooperativo en grupos	0
Cooperativo conjunto	6
Deportivo en equipos	13
Preservación de la naturaleza	3
Total OUTDOOR	22

Indoor	
Cooperativo en grupos	0
Cooperativo conjunto	0
Individual competitivo	0
Seminarios, charlas, ponencia	0
Total INDOOR	0

Los resultados en esta pregunta fueron esclarecedores, ya que por mayoría preferían aquellas actividades dinámicas que se realizasen al aire libre, teniendo un mayor peso aquellas actividades de carácter deportivo en equipos, seguido de las cooperativas conjuntas y preservación de la naturaleza.

¿Cree que son útiles estas actividades dinámicas?

Esta pregunta presenta las opciones de una forma dicotómica, Sí y No. Las respuestas de esta pregunta fueron unánimes, los 23 miembros que realizaron la encuesta contestaron un Sí.

Evalué la utilidad que cree que poseen los Team Building

Esta pregunta presenta las opciones en formato de escala, valorando su opinión del 0 al 10. Los resultados de esta pregunta también fueron mas que positivos, ya que la puntuación de la utilidad del Team Building que los encuestados otorgaron fue como mínimo de 7 sobre 10.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Utilidad Team Building	0	0	0	0	0	0	0	1	6	13	3

Del total de las 23 personas que realizaron esta pregunta, una otorgó un 7 a la utilidad de las actividades; seis personas otorgaron un 8; y con una amplia mayoría, un total de trece personas otorgaron una puntuación de 9; y para concluir tres de ellas definieron que la utilidad de las actividades dinámicas es de 10 puntos sobre 10.

Los Team Building persiguen un objetivo / finalidad, ¿Cuáles de estos objetivos / finalidades cree que son más útiles para trabajar en un Team Building? Evalúelos

Esta pregunta presenta las opciones en formato de escala, valorando su opinión del 0 al 10 a través de la escala de Likert. Los resultados de esta pregunta fueron mas que gratificantes. Los objetivos que expuse para que los encuestados valorasen, son los objetivos a cumplir en los Team Buildings que tienen organizados los compañeros de Eventos Experience.

Objetivos Team Building	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Mejorar la comunicación, la confianza y el compañerismo	0	0	0	0	0	0	0	0	4	18	1
2. Aumentar el sentimiento de pertenencia a la empresa	0	0	0	0	0	0	0	2	1	17	3
3. Fomentar la actitud positiva	0	0	0	0	0	0	0	1	4	18	0
4. Mejorar las habilidades de liderazgo	0	0	0	0	0	0	0	1	1	18	3
5. Fomentar el crecimiento personal y profesional	0	0	0	0	0	0	0	1	1	20	1
6. Mejorar la motivación de los empleados	0	0	0	0	0	0	0	3	9	9	2
7. Identificar fortalezas y debilidades de empleados	0	0	0	0	0	0	1	1	10	10	1
8. Potenciar el trabajo en equipo	0	0	0	0	0	0	0	0	1	18	4
9. Aumentar la creatividad de los empleados	0	0	0	0	0	0	0	0	8	13	2

Se observa que las evaluaciones de los objetivos descritos hay unas puntuaciones bastante altas, siendo la nota más baja un 6 sobre 10, que atribuyeron al objetivo número 7 identificar fortalezas y debilidades de empleados; y la nota más alta con un 10 sobre 10, en la que fue observada en todos los objetivos, excepto en el número 3 fomentar la actitud positiva.

La nota que más veces se repitió fue de 9 sobre 10, puntuando 141 veces dicha evaluación, seguida muy por debajo del 8 sobre 10, repetida 37 veces y el 10 sobre 10, repetida 17 veces.

En cuanto a la ponderación de los resultados de cada uno de los objetivos (suma de las multiplicaciones del número de respuestas de cada nota) queda representada en la siguiente tabla:

Objetivos Team Building	
1. Mejorar la comunicación, la confianza y el compañerismo	204 6º
2. Aumentar el sentimiento de pertenencia a la empresa	313 3º
3. Fomentar la actitud positiva	310 4º
4. Mejorar las habilidades de liderazgo	328 2º
5. Fomentar el crecimiento personal y profesional	364 1º
6. Mejorar la motivación de los empleados	191 8º
7. Identificar fortalezas y debilidades de empleados	182 9º
8. Potenciar el trabajo en equipo	194 7º
9. Aumentar la creatividad de los empleados	250 5º

El objetivo más valorado por este sistema de puntuación, es decir, el objetivo que mayor puntuación ha obtenido por los encuestados es el número 5, fomentar el crecimiento personal y profesional; seguido del número 4, mejorar las habilidades de liderazgo; y con un tercer más puntuado el número 2, aumentar el sentimiento de pertenencia a la empresa.

PARTE II ENCUESTA:

En la segunda parte de la encuesta se mostrarán las preguntas que van enfocadas a evaluar la repercusión que ha tenido la actividad dinámica de Team Building, sobre los

trabajadores del grupo SAMCA. Todas las tablas han sido creadas a través de los datos obtenidos del Anexo 4: Tablas de SPSS.

Para que destinasen mayor atención a estas cuestiones, se realizó una pequeña introducción en la que se explicó que esta segunda parte es sobre la que iba a centrar el estudio sociológico.

Evalué la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica *Team Building*

Con esta cuestión se quiso saber cuál fue la mejora de los objetivos de Comunicación personal, confianza y compañerismo, aquellos primeros objetivos que impuso la empresa para que se cumplieran con la actividad, y se dotaron de una escala de Likert para que expusieran el grado en el que creían que se había mejorado cada uno de ellos.

Mejora de la comunicación personal

Esta pregunta presenta las opciones en formato de escala, valorando su opinión del 0 al 10 a través de la escala de Likert. Las puntuaciones que recibió este objetivo fueron, de mínimo obtuvo un 7, y de máximo un 10. Los resultados totales son:

Puntuación	Frecuencia	% Personas
7	4	17,4
8	2	8,7
9	9	39,1
10	8	34,8
23 personas		100%

En total de las 23 entrevistas, cuatro personas marcaron la mejora de la comunicación personal con un 7, dos personas la valoraron con un 8, nueve personas la puntuaron con un 9, y ocho personas otorgaron la máxima puntuación posible el 10 sobre 10.

El 74% de las personas que participaron en la actividad, amplia mayoría, otorgaron una nota de 9 y 10, puntuaciones máximas.

Mejora de la confianza

Esta pregunta presenta las opciones en formato de escala, valorando su opinión del 0 al 10 a través de la escala de Likert. Las puntuaciones que recibió este objetivo fueron, de mínimo obtuvo un 6, y de máxima un 9. Los resultados totales son:

Puntuación	Frecuencia	% Personas
6	3	13
7	1	4,3
8	7	30,4
9	12	52,2
	23 personas	100%

En total de las 23 entrevistas, tres personas marcaron la mejora de la confianza con un 6, una persona la valoró con un 7, siete personas la puntuaron con un 8, y doce de ellas otorgaron la máxima puntuación en este objetivo, un 9.

Resaltar que mas de la mitad de las personas, un 52,2%, definieron la mejora de la confianza con un 9, y un 82,6% (*19 de las 23 personas*) otorgaron las dos mejores notas en este objetivo.

Mejora del compañerismo

Esta pregunta presenta las opciones en formato de escala, valorando su opinión del 0 al 10 a través de la escala de Likert. Las puntuaciones que recibió este objetivo fueron, de mínimo obtuvo un 8, y de máximo un 10. Los resultados totales son:

Puntuación	Frecuencia	% Personas
8	5	21,7
9	14	60,9
10	4	17,4
	23 personas	100%

En total de las 23 entrevistas, cinco personas marcaron la mejora del compañerismo con un 8, catorce personas lo valoraron con un 9 y cuatro de ellas otorgaron la máxima puntuación en este objetivo, un 10.

Reseñar que el 60,9% calificaron la mejora con un 9, y el 78,3%, amplia mayoría, calificaron la actividad con las dos mejores puntuaciones, 9 y 10.

Como se ha mostrado, los tres primeros objetivos que se marcaron han sido superados con éxito, todos ellos muestran puntuaciones muy altas o máximas, por lo que, según la opinión de los empleados, la actividad fue dirigida a cumplir dichos objetivos y finalmente se han cumplido.

Cree usted que con esta actividad dinámica de *Team Building* se ha podido fomentar la actitud positiva entre los empleados de la empresa?

Esta pregunta presenta las opciones de una forma dicotómica, Sí y No. Las respuestas de esta pregunta fueron unánimes, los 23 miembros que realizaron la encuesta contestaron un Sí, por lo que si que pudimos cumplir el objetivo de fomentar la actitud positiva.

Si es así, ¿Cree usted que la participación de la familia en la actividad dinámica de *Team Building* a favorecido el fomento de dicha actitud positiva?

Esta pregunta, como la anterior, presenta también las opciones de una forma dicotómica, Sí y No. Las respuestas de esta pregunta fueron unánimes, los 23 miembros que realizaron la encuesta contestaron un Sí.

Propusimos la opción de introducir familiares en la actividad, para que acompañaran a los empleados y así poder cumplir con más éxito el objetivo de fomentar la actitud, y los resultados han sido confirmatorios, además de que todos creen que se ha fomentado la actitud positiva con la actividad, todos creen que la participación de sus familiares mas cercanos ha ayudado para fomentar dicha actitud positiva. Por lo que doy por cumplido el segundo objetivo que nos proponía la empresa grupo SAMCA.

Evalúe la medida en la que cree que ha aumentado el objetivo indicado en la pregunta nº 10.

Esta pregunta presenta las opciones en formato de escala, valorando su opinión del 0 al 10 a través de la escala de Likert. La pregunta 10, es “*Cree usted que con esta actividad*

“dinámica de Team Building se ha podido fomentar la actitud positiva entre los empleados de la empresa?”, por lo que quería saber, además, el grado de repercusión de fomento de la actitud positiva.

Las puntuaciones que recibió este objetivo fueron, de mínimo obtuvo un 8, y de máximo un 10. Los resultados totales son:

Puntuación	Frecuencia	% Personas
8	4	17,4
9	12	52,2
10	7	30,4
23 personas		100%

En total de las 23 entrevistas, cuatro personas marcaron el fomento de la actitud positiva con un 8, doce personas lo valoraron con un 9 y siete de ellas otorgaron la máxima puntuación en este objetivo, un 10 sobre 10.

Detallar que el 52,2% calificaron el fomento de la actitud positiva con un 9, y el 82,6% calificaron la actividad con las dos mejores puntuaciones, 9 y 10, por lo que nuevamente recalcar que el segundo objetivo que nos marcaron queda ampliamente cumplido como detallan las altas puntuaciones.

Evalué la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica *Team Building*.

Con esta cuestión se quiso saber cuál fue la mejora de los objetivos de la motivación, y del trabajo en equipo, y se dotó la pregunta con una escala de Likert para que expusieran el grado en el que creían que había mejora en cada uno de ellos.

Mejora de la motivación

Esta pregunta presenta las opciones en formato de escala, valorando su opinión del 0 al 10 a través de la escala de Likert. Las puntuaciones que recibió este objetivo fueron, de mínimo obtuvo un 8, y de máximo un 10. Los resultados totales son:

Puntuación	Frecuencia	% Personas
8	7	30,4
9	10	43,5
10	6	26,1
23 personas		100%

En total de las 23 entrevistas, siete personas marcaron la mejora de la motivación con un 8, diez de ellas lo valoraron con un 9 y seis personas otorgaron la máxima puntuación en este objetivo, un 10.

En este caso, el porcentaje de las puntuaciones estuvo mas repartido, detallar que el 69,6% calificaron la mejora de la motivación con la actividad, con las dos mejores puntuaciones (con un 9 y 10), datos suficientes para concluir dicho objetivo con éxito.

Mejora del trabajo en equipo

Esta pregunta presenta las opciones en formato de escala, valorando su opinión del 0 al 10 a través de la escala de Likert. Las puntuaciones que recibió este objetivo fueron, de mínimo obtuvo un 8, y de máximo un 10. Los resultados totales son:

Puntuación	Frecuencia	% Personas
8	2	8,7
9	17	73,9
10	4	17,4
23 personas		100%

En total de las 23 entrevistas, dos personas marcaron la mejora del trabajo en equipo con un 8, diecisiete de ellas lo valoraron con un 9 y cuatro personas otorgaron la máxima puntuación en este objetivo, un 10.

Detallar que el 91,3% calificaron la mejora del trabajo en equipo con la actividad con las dos mejores puntuaciones, con un 9 y 10, por lo que este dato suficiente para otorgar el éxito de dicho objetivo.

IV. CONCLUSIÓN

Como conclusión a la investigación sociológica, y tras haber dedicado un gran trabajo de capital humano e intelectual, tanto para la recopilación de la información como su posterior análisis, puedo determinar las siguientes conclusiones del mismo:

El presente trabajo certifica la veracidad y la importancia que desempeñan estas actividades dinámicas y participativas de *Team Building* en las empresas de nuestra sociedad, ya que como he analizado, planteando unos objetivos cuantificables y a través de los modelos de actividades descritos, se puede aportar un mayor valor a los empleados de las empresas. La elaboración del proceso, la puesta en marcha del proyecto, y la búsqueda o creación de actividades a medida para la solución de unos objetivos muy específicos puede resultar compleja, pero una vez detallado y completado, dota a las empresas de un factor diferencial, sus empleados poseen un mayor valor de capital humano para poder desempeñar sus actividades productivas dentro de la empresa.

Los objetivos específicos que se plantearon inicialmente han sido superados, dotando de éxito el objetivo general. El primer objetivo específico pude resolverlo realizando un análisis exploratorio de mercados en la web, y a través de varias reuniones en la oficina de Eventos Experience. Además de recabar la información necesaria para poder superar el primer objetivo, tras la investigación en web y viendo el análisis interno de la empresa, como información adicional pude concluir que hay pocas empresas que se dediquen a ofertar los servicios de *Team Building* en la ciudad de Zaragoza, por lo que están bien posicionados para explotar de forma casi monopolista el mercado.

Tras la realización de una entrevista en profundidad a Eventos Experience pude encontrar el éxito del segundo objetivo específico, determiné los objetivos que posteriormente cumplirían los empleados del grupo SAMCA con la actividad *Team Building*. Tras tenerlos determinados, y para concluir con éxito el tercero de ellos, trabajé de forma participativa con Eventos Experience para crear una serie de propuestas de actividades apropiadas, que se ajustaban para que se pudieran cumplir los objetivos dictados por el grupo SAMCA. Tras el envío de estas propuestas, la empresa

contratante, grupo SAMCA, nos remitió “*feedback*” de las propuestas y escogieron la más apropiada para su beneficio empresarial.

Una vez determinada la actividad participativa, Eventos Experience trabajó para contratar todos los servicios que requería la actividad; Y para dar solución al cuarto y último objetivo, se diseñó un cuestionario en forma de encuesta para poder cuantificar el cumplimiento de los objetivos del grupo SAMCA, después de que los empleados realizasen la actividad participativa *Team Building*. Tras la posterior recopilación de la información, y el consiguiente análisis, la repercusión/impacto que tuvo la actividad creada de forma colaborativa con Eventos Experience fue del todo concluyente, los objetivos marcados para la actividad se cumplieron, focalizando la solución y repercusión de estas actividades con un éxito rotundo, los empleados del grupo SAMCA absorbieron la finalidad de las actividades y cumplieron los objetivos intrínsecos que se dispusieron, y esto se vio reflejado en las extraordinarias puntuaciones recogidas en las encuestas, que fueron máximas en su mayoría.

Concluir, por lo tanto, que estas actividades dinámicas participativas de *Team Building* si que son eficaces para el capital humano de las empresas, enriquecedoras para los miembros de dicha empresa, y claves del éxito en su pleno desarrollo. Por ello, se augura éxito en la empresa Eventos Experience, tanto en el presente con la oferta de esta creativa e innovadora forma de crear equipos de alto rendimiento, como en el futuro con el resto de actividades y eventos ofertantes.

Como última conclusión, y tras ver el éxito de dichas actividades, nos tenemos que preguntar... Si es un mercado con claros indicadores de éxito *¿Por qué es un mercado con tan pocas empresas?; ¿Habría que emprender, como hicieron Eventos Experience, para poder aprovecharse de este actual mercado desatendido?*. Las conclusiones obtenidas han sido de gran utilidad para el mercado empresarial.

Las limitaciones que se han encontrado en el trabajo han sido la poca información proporcionada por el grupo SAMCA, así como la falta de ayuda e interés, ya que al terminar el estudio solo se preocuparon de que les llegase el foto reportaje de la actividad y no del estudio realizado.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, C. (2000): “*¿Qué es la creatividad?*”, Zaragoza, Biblioteca de la facultad de Educación.
- Cedeño W. Anthony J. y López R, José A (Febrero 2014): “*La evolución de los procesos productivos a lo largo de la historia*”. Venezuela, Universidad de Oriente, Núcleo Monagas, Dpt. de Ingeniería de Sistemas.
- Dabdoub, L (2008): “*Desarrollo de la creatividad*”. México, edit. Esfinge.
- Florida, R. (2002): “The Rise of the Creative Class: And How It’s Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life”. Basic Books.
- García A, L (2012): “*Sociedad del conocimiento y educación*”. Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Mottard, E. (2015): “*El Epicentro*”. Eventos Magazine; Creatividad en eventos. Zaragoza, Archivos de la Facultad de Economía y Empresa.
- Marín, R. y De La Torre, S (1991): “*Manual de creatividad*”. Barcelona, Vicens-Vives.
- Ponti, F. (2001): “*La empresa Creativa*”. Barcelona, Ediciones Granica.
- Pérez Alonso, PM (2009): “*Creatividad e Innovación: Una destreza adquirible*”. Valencia, Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación.
- Tercer Milenio, TM (13 Mayo 2014): “*ITA Innova, El cliente, en el centro*”. Zaragoza, Heraldo de Aragón.

PÁGINAS WEB:

- <http://dreamsandadventures.com/>
- http://www.imf-formacion.com/equipos_alto_rendimiento/
- <http://www.felicidadeneltrabajo.es/>
- <http://canal.epson.es/blog/>
- <http://amazonia-teamfactory.com/>

Anexos:

Anexo 1: Transcripción entrevista.

FICHA DE LOS ENTREVISTADOS	
<i>(Alberto Laplaza Castán)</i>	
Sexo	Hombre
Edad	25
Nivel de Estudios	Graduado Universitario
Situación Laboral	Trabaja
Residencia	Casetas; Zaragoza; España
Estados civil	Soltero
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Motivación principal de asistencia	Team Building
FICHA DE LOS ENTREVISTADOS	
<i>(Abel Núñez Sierra)</i>	
Sexo	Hombre
Edad	24
Nivel de Estudios	Graduado Universitario
Situación Laboral	Trabaja
Residencia	Sobradiel; Zaragoza; España
Estados civil	Soltero
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Motivación principal de asistencia	Team Building

TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA

- 1 **Buenos días Alberto y Abel.**
- 2 *Alberto:* Buenos días.
- 3 *Abel:* Buenos días.
- 4 **Estoy realizando una investigación sociológica como bien sabéis, a cerca de la**
5 **repercusión de las actividades de Team Building, y en esta entrevista querría**
6 **averiguar diferentes cuestiones que serán útiles para el desarrollo del trabajo, pero**
7 **primero querría que me contaseis vuestra experiencia de emprendimiento. Por lo**
8 **tanto, me gustaría conocer vuestra opinión respecto a estos temas.**
- 9 **Quiero recordaros que podéis contestar con total libertad y que no hay respuestas**
10 **buenas o malas, simplemente quiero saber cuál vuestra opinión.**
- 11 **La entrevista va a ser grabada y posteriormente la transcribiré para poder**
12 **analizar los datos obtenidos. En cualquier momento si lo necesitáis podéis parar la**
13 **grabación.**
- 14 *Alberto:* Vale
- 15 *Abel:* Vale
- 16 **Como ya sé cuál es vuestra ficha personal, nombre, edad y todo eso, pasaré a las**
17 **preguntas.**
- 18 *Abel:* Bien si.
- 19 **¿Cómo os surgió la idea de crear la empresa?**
- 20 *Abel:* Básicamente estábamos sin trabajo, habíamos terminado la carrera, y la idea de
21 tener jefes no iba con nosotros
- 22 *Alberto:* (Risas), Además que nosotros siempre hemos sido muy currantes. He trabajado
23 los veranos como sabes en Oropesa, también he estado unas cuantas temporadas en
24 Valeo y con ETTs de lado a lado...
- 25 *Abel:* Si si, yo igual. Que si profesor de taekwondo, matemáticas, datchball, y con las
26 ETTs lo mismo.
- 27 **Vamos, que lo principal es que vosotros fuerais los jefes...**
- 28 *Alberto:* Exacto, y porque somos muy activos y nos gusta hacer cosas.

29 **¿Y por qué el sector servicios para iniciar vuestra experiencia de emprendimiento?**

30 *Alberto*: Eso fue un poco idea mía, estudié Finanzas y Contabilidad aquí en el CPS, y
31 cuando realizaba los planes de negocio de los trabajos que nos mandaban, me di cuenta
32 que ahora en crisis lo que destruía los negocios eran los asfixiantes alquileres que tenían
33 que pagar por sus oficinas y los elevados costes fijos que tenían, por lo que montarnos
34 un empresa de servicios no nos requería unos costes fijos muy altos...

35 *Abel*: Y menos para hacer despedidas y los Team Building.

36 *Alberto*: ...por eso. También que mi abuela cuando falleció me dejó a mi y a mi
37 hermana un piso en herencia cerca de donde vivimos.

38 **¿Dónde?**

39 *Alberto*: La oficina la tenemos en Utebo... a ver esta en Casetas, pero en términos
40 legales es ya Utebo, pero que la tengo a 5 minutos andando. Así que eso, montamos en
41 el salón la oficina, con una mesa, un par de sillas, y los portátiles para trabajar.

42 **Muy bien, ¿y por qué la idea de la organización de eventos?**

43 *Alberto*: La idea surgió después de que hicimos una encuesta por Google, para ver ese
44 nicho de mercado en el sector servicios que faltaba de explotar en Zaragoza. He hecho
45 unas cuantas y me manejo bien con las encuestas.

46 **¿A qué sector poblacional mandasteis las encuestas?**

47 *Alberto*: Básicamente a nuestros amigos, pasándola por los grupos y contactos de
48 whatsapp.

49 *Abel*: También la pasamos por alguna empresa.

50 **¿Y cómo llegasteis a esas empresas?**

51 *Abel*: A través de Linkedin.

52 **Perfecto**

53 **Metiéndonos más en el tema, ¿Qué ofrece la empresa Eventos Experience y**
54 **quiénes son?. Primero ¿Quiénes son?**

55 *Alberto*: Pues somos dos ex estudiantes de la Universidad, yo estudié FICO y el Abel
56 Magisterio...

57 *Abel*: Si

58 *Alberto*: ...y fundamos Eventos Experience con la idea de progresar y enriquecernos, en
59 cuanto a experiencia hablo, porque ahora al principio es complicado tener un
60 "sueldazo".

61 **Si si, es normal. Y ¿qué ofrece la empresa Eventos Experience?**

62 *Abel*: Sobre todo ofrecemos experiencias únicas e innovadoras.

63 *Alberto*: Que la gente se lo pase bien, sin olvidar la imagen profesional. Esta claro que
64 somos jóvenes, y que la empresa lleva activa año y medio, pero esta en pleno
65 crecimiento.

66 *Abel*: Exacto, si si. Y lo bueno que estos servicios que ofrecemos siempre va a haber
67 demanda. Si hay empresas, tendrán que contratar Team Buildings, si hay bodas tiene
68 que haber despedidas de soltero.

69 **Si si está claro.**

70 **Más concretamente, ¿Qué cartera de productos tenéis vigente, ó que servicios son
71 los que ofertáis?**

72 *Abel*: En nuestra página web los dividimos en tres paquetes de eventos, eventos para
73 empresas, de deportes y personales, y de ahí sale toda nuestra oferta, las despedidas, los
74 Team Building, los cromos, las cenas de empresa, la planificación de actividades, ...

75 **Habladme de los Team Building.**

76 *Alberto*: Pues los Team Building son actividades dinámicas, actividades de grupo, que
77 sirven para crear mayor cohesión entre las personas de una empresa y que sean así un
78 equipo más competitivo para realizar las actividades diarias y cumplir los objetivos que
79 marque la empresa.

80 **¿Cuáles son los Team Building que más os solicitan las empresas?**

81 *Alberto*: A nosotros nos suelen pedir aquellos que hacemos al aire libre, sobre todo el
82 “Aragón Express”.

83 **¿Qué es el “Aragón Express”? Explicádmelo.**

84 *Alberto*: Es el nombre que le hemos puesto nosotros a la actividad de búsqueda del
85 tesoro, dentro de cualquier localidad de Aragón. Normalmente lo solemos realizar en el
86 centro de la ciudad (“*refiriéndose a la ciudad de Zaragoza*”), y así los equipos tienen
87 que ir pasando por los diferentes monumentos culturales, la Plaza de la Basílica del
88 Pilar, la torre de La Seo, el puente de Piedra...

89 *Abel*: ...y también en la Expo.

90 *Alberto*: Si en la Expo también. Al igual que por el centro y en la plaza del Pilar, en la
91 expo tenemos mucho espacio para realizar cualquier actividad porque también podemos
92 echar mano del parque del agua y de todas las zonas verdes. Además por allí se puede
93 montar a caballo, tirarte en tirolina, hay juegos en el agua con colchonetas...

94 **Muy bien.**

95 **¿Qué otros tipos de actividades os han solicitado, y que otros tipos tenéis como**
96 **recursos para ofrecer?**

97 *Alberto:* Pues en Navidad, Decathlon nos pidió que le organizásemos un Team Building
98 para todos los trabajadores de su almacén, eran unas 400 personas. Y además querían
99 que realizásemos la actividad en el almacén, porque era invierno y en la calle hacía
100 mucho frío. El Team Building que nos pidió que organizásemos era el de las
101 Olimpiadas, ya que quería que las 40 marcas con las que trabaja, con sus 10 empleados
102 cada una, compitiesen entre ellas para que el espíritu competitivo se mantuviera en la
103 empresa.

104 **Que buena idea.**

105 **Abel, ¿y que otros tipos de Team Building tenéis para ofrecer a las empresas que**
106 **contactan con vosotros?**

107 *Abel:* Como ha dicho Alberto, tenemos el Aragón Express, el Team Building estrella de
108 la empresa, que es el que más nos piden. Las olimpiadas empresariales también las
109 solemos utilizar bastante. Esos sobre todo cuando tenemos que hacerlo en espacios
110 abiertos...

111 *Alberto:* ...en espacios cerrados tenemos otros...

112 *Abel:* ...en espacios cerrados tenemos otros mas relajados. El Express Meeting, que son
113 como las citas rápidas, pero para que se conozcan un poco mas los trabajadores, para
114 que haya mejor ambiente. El de elegir una palabra...

115 *Alberto:* Si

116 **¿Ese de que trata?**

117 *Abel:* Hacemos grupos, y se tienen que poner de acuerdo cada grupo para definir con
118 una sola palabra, aspectos que nos indique la empresa, valores, cultura empresarial,
119 cosas así.

120 **Vale si si. En mi caso lo he encontrado con el nombre “One Word” que parece que**
121 **es algo mas profesional.**

122 **Vale, ahora querría mostráros algunos tipos de Team Building que he encontrado**
123 **investigando por la red, y me decís que os parecen.**

124 *Alberto:* Vale, venga.

125 *Abel:* Bien.

126 **Uno de los que encontré que me pareció muy útil es el que llaman “Mi éxito**
127 **personal”. Se trata de formar grupos reducidos, y durante unos dos minutos cada**
128 **grupo tiene que contarle al resto de miembros un éxito, laboralmente hablando,**

129 que le haya encumbrado en su trabajo, y así todos poder aprender de los buenos
130 hechos de los demás.

131 *Alberto*: La verdad es que suena bien, nos la apuntamos también para nosotros. (*risas*).

132 *Abel*: (*risas*).

133 (*risas*). Me alegra de que os haya gustado.

134 Cambiando de tema. Como bien sabéis voy a asociarme con vosotros para la
135 realización de este trabajo sociológico...

136 *Alberto*: Si

137 ...y así utilizar vuestra empresa como lanzadera de mi idea para poder medir la
138 repercusión que tienen los Team Building en el ámbito empresarial. Me
139 comentasteis por teléfono que una empresa os había contactado para que les
140 organizaseis y coordinaseis un Team Building personalizado...

141 *Alberto*: SAMCA si.

142 ...exacto, SAMCA. ¿Qué sabéis de vuestro cliente?

143 *Alberto*: Básicamente, la poca información que hemos podido sacar por teléfono y por
144 la página web. Parece ser que es un gran empresa, y que por esta gran amplitud hay
145 muchos trabajadores y departamentos. Nos comentaron que hay poca relación entre los
146 diferentes departamentos, relación de los empleados quiero decir.

147 *Abel*: También eso...que tenían las oficinas en Independencia, que una parte importante
148 de su actividad era la minería, y...no se que mas...

149 Ok. ¿Habéis podido mantener ya alguna reunión orientativa para saber cuales son
150 sus objetivos y los motivos por los que os han contratado?

151 *Alberto*: Si, además del intercambio de correos y llamadas, hemos tenido ya una
152 primera reunión, donde nos han comentado cuáles son los objetivos que quieren cumplir
153 con la actividad, las fechas de realización de la actividad, y... faltan por confirmar
154 algunos detalles también....

155 *Abel*: ...presupuesto, el número de personas que lo va a hacer...

156 *Alberto*: Si, el presupuesto da un poco igual pero la gente que va a participar no.

157 Si si está claro. Por lo tanto cuáles fueron las motivaciones o los hechos que
158 llevaron a SAMCA a contratar vuestros servicios para realizar el Team Building.

159 *Alberto*: Nos comentaron que años atrás eran ellos los que montaban pequeñas
160 escapadas o alguna actividad, pero que este año tienen un gran volumen de trabajo. Y
161 que si nos contrataban era para que hubiera un evolución en esta parte, y que fuese mas

162 profesional. Esta claro que no es lo mismo, que entre ellos monten una excursión o una
163 cena... o que lo organicemos nosotros en base a unas pautas u objetivos como dices.

164 **Perfecto, ¿y cuáles son los objetivos que quiere conseguir la empresa con la**
165 **realización del Team Building?**

166 *Alberto:* Nos comentó que quería que los trabajadores pasaran un rato agradable y
167 distendido, en el que pudieran estar con sus familiares y en contacto con la naturaleza
168 ya que debido al gran volumen de trabajo de estos meses, seguro que no habían podido
169 disfrutar de ellos como se merecían. Querían algo parecido a una excursión del colegio.

170 **Y mas formalmente hablando, ¿cuáles son los objetivos que desean cumplir con**
171 **esta primera propuesta de actividad que os han dicho?**

172 *Alberto:* ¿Cómo formalmente...?

173 **Si... por ejemplo, con esta actividad quieren aumentar el trabajo en equipo, ó que**
174 **el departamento de marketing obtenga una mejora en la comunicación con el**
175 **departamento de Recursos Humanos...**

176 *Alberto:* Aaahhh....

177 *Abel:* Aahh vale, joder.

178 **Explícame tu Abel, ¿Qué es lo que os han propuesto?**

179 *Abel:* Pues nos comentó que querían mejorar la comunicación entre los empleados...

180 **¿De algún departamento en concreto?**

181 *Abel:* No no, en general. Además que se sintieran partícipes de la empresa con la
182 excursión, fomentar la actitud positiva de cara a estos meses de verano que se suelen
183 hacer mas pesados con el calor, mejorar la motivación en el trabajo y el trabajo en
184 equipo... el trabajo en equipo importante.

185 **Muy bien.**

186 *Alberto:* Y luego también querían un After-work.

187 **Vale, perfecto. ¿Alguna anécdota interesante, o curiosa que os haya pasado en**
188 **alguna de los eventos que habéis realizado?**

189 *Alberto:* Pues imagínate en las despedidas...*(risas)*.

190 *Abel:* *(risas)*.

191 ***(Risas).***

192 **Bueno, muchas gracias por dedicarme parte de vuestro tiempo, visto el gran**
193 **volumen de trabajo que tenéis. Espero que sigáis disfrutando de la empresa por**

194 **muchos mas años, y que siga creciendo. Las respuestas han sido de gran ayuda**
195 **para realizar el trabajo. Un saludo y muchas gracias de nuevo chicos.**

PRIMERAS IMPRESIONES

En su gran mayoría, las primeras impresiones han sido mas que positivas, la dinámica distendida creada me ha posibilitado llegar a la información necesaria para que varios de los objetivos planteados quedasen resueltos.

El espacio físico donde realicé la entrevista estaba sin a penas ruidos, y bien insonorizado, espacio buscado a conciencia para que no hubiera ninguna distracción. Se realizó en la terraza cubierta de la vivienda donde habito diariamente, en Zaragoza, en el barrio del Actur.

La dinámica distendida, y el ambiente relajado se produjeron, entre otras cosas, porque permití que los entrevistados fumasen, además de ofrecerles un refresco para que estuvieran en óptimas condiciones de conversar.

En cuanto dio comienzo la entrevista, ambos se encontraban relajados y cómodos, hecho que permitió que pudiese sacar el máximo provecho a la entrevista. Por el contrario, una parte negativa de esta situación relajada y distendida fue que parecía mas una conversación entre amigos en vez de una entrevista, ya que había algunos comentarios cómplices entre los entrevistados que precedían a las risas. Para revertir esta situación, empleé un lenguaje mas técnico en mis intervenciones y controlé los tiempos de respuesta para que fueran mas claras y concisas. Uno de los entrevistados, Abel Núñez, estaba menos participativo, por lo que para nivelar el protagonismo de respuestas del otro entrevistado, Alberto Laplaza, le daba paso para respondiera primero. Una vez controlada la situación de la entrevista, la información de potencial importancia para mi estudio comenzó a tener un peso sustancial en la entrevista.

Para concluir estas primeras impresiones, podría afirmar que ha sido un éxito la entrevista, los entrevistados han pasado un buen rato llegando incluso a haber risas y alguna anécdota de sus experiencias como jóvenes empresarios.

Propuesta de Actividades Team Building



Índice

Team Building.....	52
Recorrido por el Galacho de Juslibol + almuerzo	53
Bus a Quinto de Ebro + Humor amarillo + barbacoa.....	55
Piscina + Torneo guiñote + futbolín + Ping pong.....	56
Aragón express.....	57
Parque de atracciones.....	58
Scape Room.....	58
OPCIONES CULINARIAS	59
Taller de sushi	59
Taller de repostería creativa.....	59
OTRAS ACTIVIDADES	60
Karts	60
Bubble Soccer.....	60
Lasser Combat.....	61
Paintball	61
Sky Trail, Adventure Trail y Clip and Climb.....	62
REGALO	64
Plan de marketing sobre el Team Building de mayo	64
Video aftermovie y Asesoramiento continuo	64

Team Building

En Eventos Experience utilizamos estrategias de Team Building para mejorar el Rendimiento del Equipo y sus resultados, un punto clave para su empresa.



Conseguimos a través de actividades formativas enfocadas en la formación de los empleados, mejorar el rendimiento en su empresa, a través de la mejora de habilidades de comunicación, aptitudes y conocimientos determinados según los objetivos de su empresa, con actividades de integración y mejora de las relaciones sociales entre sus empleados para aumentar la productividad del trabajo.

Conseguimos elevar la Motivación y la Autoestima de tu equipo para llegar a un nivel de Satisfacción óptimo, con el que se consiguen unos Beneficios.

Se potenciará las habilidades del equipo, la gestión del tiempo, la comunicación y la escucha activa, potenciando así la cohesión, el espíritu de equipo, y el crecimiento de sus miembros a nivel personal y profesional.

Los objetivos, que finalmente buscamos con estas actividades son:



Recorrido por el Galacho de Juslibol + almuerzo

La primera propuesta de actividad dinámica, se realizará un sábado ó domingo por la mañana, en la que los empleados del Grupo SAMCA asistirán a un recorrido por el galacho de Juslibol con la posibilidad de poder ser acompañados por la familia. Después del recorrido, ofrecemos como after-work disfrutar de un almuerzo compuesto de huevos fritos, patatas y longaniza, con vino de bebida.

Para contribuir con la naturaleza y el medio ambiente, se propondrá que las familias lleguen en transporte público o andando hasta el lugar de salida de la caminata. Durante el recorrido se dará unas bolsas para recoger cualquier objeto que dañe la naturaleza, ya puedan ser botellas, bolsas, u otros materiales que dañen el entorno.

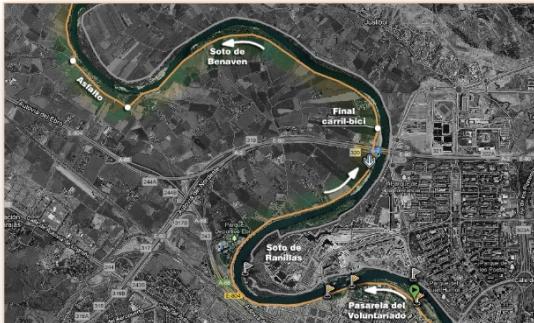
El Galacho de Juslibol es un espacio de alto valor geográfico, ecológico y cultural, situado en la margen izquierda del río Ebro, a una distancia de 5 kilómetros del centro de Zaragoza. La visita se puede iniciar desde la iglesia, que corresponde a la parada final de la línea 43 del autobús urbano de la ciudad.

Duración: Una mañana completa

Precio: 15€ persona

Las diferentes propuestas de recorridos que ofrecemos para realizar la excursión en los galachos de Juslibol presentan las siguientes características:

Sotos y selvas del Ebro:



A través de este paseo podremos disfrutar del canto de los pájaros, y perdernos entre la vegetación, además de descubrir el papel que tienen todos los "personajes".

- Duración: 40 min aprox.
- Dificultad: Terreno llano



El paisaje del agua: Para pasear sin prisa, sin dificultad... acerquémonos a los susurros del agua; caminaremos entre lagos y disfrutaremos de un paisaje lleno de contrastes y sorprendente.

- Duración: 40 min aprox.
- Dificultad: Terreno llano



Mirador de la Estepa: Nos asombraremos de la capacidad de adaptación que tienen las plantas y animales, para poder sobrevivir a las duras condiciones que poseen estos espacios naturales del Valle Medio del Ebro.

- Duración: 40 min aprox.
- Dificultad: Subir escaleras

Bus a Quinto de Ebro + Humor amarillo + barbacoa

Se realizará un viaje a Quinto de Ebro en donde se realizaría las actividades y la barbacoa con todos los empleados del Grupo SAMCA.

Salida: de Paseo Echegaray, a las 11:30 **Vuelta:** en Paseo Echegaray, a las 19:00

Duración: desde las 11:30 a 19:00 **Precio:** 69€ persona

Una vez estuviesen todos los empleados en Quinto de Ebro, realizarían las siguientes actividades dinámicas:



- Bolos humanos
- Lucha de Gladiadores
- Manos locas
- Futbolín humano
- Baloncesto gigante
- Camareros locos
- Pista de carretillas

Tras su posterior realización, podrán disfrutar de la comida, en este caso de una suculenta barbacoa, que tendrán que hacer entre los miembros de la empresa. La carne estará totalmente incluida, junto con la bebida.



En cuanto los empleados lo dispongan, volverán a Zaragoza con autobús, y la fecha límite de llegada estaría entorno a las 19:00 horas.

Piscina + Torneo guiñote + futbolín + Ping pong

Esta jornada consistiría en que los empleados del Grupo SAMCA acudieran a la piscina de un municipio, con la opción de que pudieran acompañarles la familia y disfrutar de un magnífico día de sol y piscina con diferentes actividades como torneo de guiñote, torneo de futbolín y torneo de ping pong.

Podrán disfrutar además de una paella para todos los participantes de la actividad, que se realizará por encargo, junto con la correspondiente bebida.

La organización de los diferentes torneos, se pondrá en manos de los empleados, teniendo que definir ellos mismos las reglas.

Duración: De 11:00 a 20:00

Precio: 12€ persona



Aragón express

Aragón Express es una actividad dinámica en la que se disputan diferentes pruebas, y para seguir avanzando, hay que superarlas. Esta dinámica de grupo está ambientada en el programa de aventuras de televisión “*Pekín Express*”.



El objetivo de esta actividad consiste en una visita turística por los puntos de interés de Zaragoza, realizando actividades donde se mejorará las habilidades de comunicación, negociación, cooperación, y habilidades sociales.

Durante la etapa, se realizarán diferentes pruebas cooperativas que tendrán que superar para seguir avanzando, y llegar a la prueba final. Al finalizar la prueba todos los equipos celebrarán y contarán sus experiencias, y los ganadores de la prueba recibirán un obsequio acreditativo. Además, se realizará la grabación de la actividad, para recuerdo de los integrantes.

Duración: 2 horas aprox.

Precio: 20€ persona

Os adjunto un vídeo de esta actividad:



Parque de atracciones

Jornada de puertas abiertas en el parque de atracciones de Zaragoza, con la posibilidad de que los empleados del grupo SAMCA puedan ir con sus hijos y con sus compañeros de trabajo.

El Parque de Atracciones de Zaragoza cuenta con grandes espacios abiertos y arbolados, así como amplias instalaciones cubiertas con equipamiento hostelero que permite albergar cualquier tipo de evento, por numeroso que sea.



Cuenta con un restaurante en el que se puede disfrutar de una comida después de las actividades dinámicas Team Building.

Para tener un presupuesto se necesitaría conocer el número de personas que querrían asistir a la actividad.

Scape Room

Una habitación de escape ó “Escape Room”, es un juego de aventura física que consiste en que un grupo de jugadores que son encerrados en una habitación, deberán solucionar enigmas, puzzles y rompecabezas de todo tipo para ir desenlazando la historia y conseguir “escapar” antes de que finalice el tiempo disponible.

Esta actividad posee una capacidad máxima para realizar la actividad de 40 personas, amoldando cada habitación al grupo de personas que participen.

Duración: 1 hora aprox.

Precio: 18€ persona



OPCIONES CULINARIAS

Taller de sushi

Este taller consistiría en la elaboración de sushi con cocineros expertos en la elaboración de pescado crudo. Cada participante elaboraría su propia comida.

El espacio dependerá de las personas que acudan a la actividad. Precio del espacio excluido.

Duración: 1 hora prox.

Precio: 20€ persona



Taller de repostería creativa.

Este taller consistiría en la elaboración de repostería creativa, en el cual trabajarían con profesionales de la repostería elaborando sus propias obras de arte.

La disponibilidad de espacio limita a 30 personas la elaboración del taller.

Duración: 1 hora aprox.

Precio: 25€ persona

Existen 3 posibles tipos de talleres para realizar repostería creativa:



- Taller de Decoración: Cupcakes ó Galletas
- Taller de Mini tartas
- Taller de Macarons

OTRAS ACTIVIDADES

Karts

Disfruta de una competición de karts en los que la adrenalina fluirá por tus venas. Consiste en 2 tandas: 8 minutos de clasificación, descanso y 18 vueltas de carrera con formación de parrilla.

Duración: 1 hora aprox.

Precio: 28€ persona



Bubble Soccer

Es un deporte para jugar al fútbol metido en una burbuja con forma de toro, similar a una esfera, pero en este caso el jugador está cubierto en la parte superior de su cuerpo. Se disputará en un polideportivo.

Duración: 1 hora

Precio: 15€ persona

Duración: 2 horas

Precio: 25€ persona



Lasser Combat

Laser Combat es un juego deportivo que simula un combate entre dos equipos con pistolas láser. Está basado en que los jugadores intenten conseguir puntos alcanzando con sus disparadores de infrarrojos los dispositivos receptores situados en sus rivales.

Duración: 1 partida de 25 minutos

Precio: 9€ persona

Duración: 2 partidas de 25 minutos

Precio: 15€ persona



Paintball

El Paintball es un deporte en el que los participantes utilizan pistolas de aire comprimido llamadas marcadoras, para disparar pequeñas bolas de pintura contra los otros jugadores. En esencia es un juego de persecución complejo, puesto que los jugadores tocados por bolas de pintura durante el juego son eliminados.

Duración: 1 partida con 200 bolas

Precio: 20€ persona



Sky Trail, Adventure Trail y Clip and Climb

- **Sky Trail:** Doble circuito aéreo de arborismo en el que, protegidos por arneses, los participantes deben superar 30 juegos por diferentes variantes existentes.

Duración: 1 hora

Precio: 10€ persona



- **Adventure Trail:** Otro circuito diferente, aéreo y cerrado, a la vez que permite desarrollar su propia aventura sin necesidad de arnés. Menores de 6 años han de ser acompañados por un adulto.

Duración: 30 minutos

Precio: 10€ persona



- **Clip And Climb:** Actividad con un total de 20 retos verticales donde los participantes deben alcanzar la parte superior, escalando por sus propios medios, en un entorno 100% seguro y libre de riesgo.

Duración: 1 hora

Precio: 12€ persona



REGALO

Plan de marketing sobre el Team Building de Mayo

Colaboración con la Universidad de Zaragoza en la elaboración de un plan marketing, en el que se estudiarán los objetivos y necesidades de la entidad, antes de la realización de la actividad y después de ella, obteniendo los resultados de la satisfacción que han obtenido y de sus objetivos.

Estos resultados los compartiremos con el Grupo SAMCA, para que tenga la información de los beneficios que ha tenido la realización de la actividad.

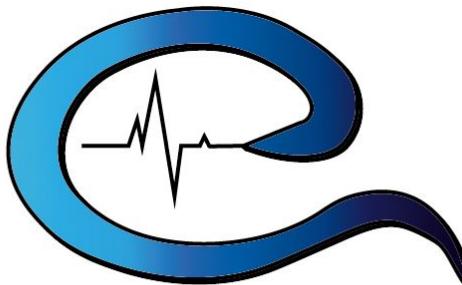


Universidad
Zaragoza

Video aftermovie y Asesoramiento continuo

Regalo de un video aftermovie de entre 1 a 3 minutos, con la jornada en la que se realizará la actividad, para que el Grupo SAMCA pueda colgarlo en sus redes sociales y compartirlo con sus empleados.

Ofrecemos un asesoramiento continuo sobre las necesidades que el Grupo SAMCA tenga en cualquier tema de actividades u organización de las experiencias.



Eventos Experience

Anexo 3: Encuesta.

Hola! Buenos días, soy Iván Reyes Tena, estudiante de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza. Estoy realizando un estudio para conocer la repercusión de las actividades dinámicas “Team Building”, en este caso realizaré el estudio a raíz de la actividad que se ha desarrollado esta mañana día 10.06.2017, en colaboración con “Eventos Experience”. Su participación me sería de gran ayuda para el desarrollo de mi TFG. Es totalmente anónima y realizarla no le llevará mucho tiempo. Muchas gracias por su atención.

1- ¿Sabe qué es un Team Building, y cuál es su finalidad?

- Sí
- No (*Lea con detenimiento la Definición de “Team Building”, y pase a la pregunta nº 2*)

Definición: (Team) equipo (Building) construcción, (TB) cuya traducción literaria del inglés al castellano es “creación/construcción de equipo/s”, término definido como la realización de un conjunto de actividades y ejercicios cooperativos entre empleados de una empresa, para poder alcanzar un objetivo, con el fin de mejorar el rendimiento y las relaciones sociales entre miembros de un equipo de trabajo para llegar a convertirse en un “Equipo de alto rendimiento (EAR)”.

2- ¿Anteriormente, ha realizado alguna vez la actividad dinámica de “Team Building”?

- Sí (*Continúe en la pregunta nº 3*)
- No (*Pase a la pregunta nº 5*)

3- ¿Qué tipos de Team Building ha realizado? Puede indicar varias respuestas

- Outdoor
 - Cooperativo en grupos (conjunto de varios grupos)
 - Cooperativo conjunto (todos juntos)
 - Deportivo en equipos
 - Preservación de la naturaleza
- Indoor
 - Cooperativo en grupos (conjunto de varios grupos)
 - Cooperativo conjunto (todos juntos)
 - Individual competitivo
 - Seminarios, charlas, ponencias...

4- De los marcados anteriormente, ¿cuál le ha resultado más útil? Indique una única respuesta

- Outdoor
 - Cooperativo en grupos (conjunto de varios grupos)
 - Cooperativo conjunto (todos juntos)
 - Deportivo en equipos
 - Preservación de la naturaleza
- Indoor
 - Cooperativo en grupos (conjunto de varios grupos)
 - Cooperativo conjunto (todos juntos)
 - Individual competitivo
 - Seminarios, charlas, ponencias...

5- ¿Cree que son útiles estas actividades dinámicas?

- Sí (*Continúe en la pregunta nº 6*)
- No (*Pase a la pregunta nº 9*)

6- Evalúe la utilidad que cree que poseen los Team Building.

Tomando como 0 nada útil y 10 completamente útil

Utilidad Team Building	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7- Los Team Building persiguen un objetivo / finalidad, ¿Cuáles de estos objetivos / finalidades cree que son más útiles para trabajar en un Team Building? Evalúelos Tomando como 0 nada útil y 10 completamente útil

Objetivos Team Building	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Mejorar la comunicación, la confianza y el compañerismo											
2. Aumentar el sentimiento de pertenencia a la empresa											
3. Fomentar la actitud positiva											
4. Mejorar las habilidades de liderazgo											
5. Fomentar el crecimiento personal y profesional											

...	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Mejorar la motivación de los empleados											
7. Identificar fortalezas y debilidades de empleados											
8. Potenciar el trabajo en equipo											
9. Aumentar la creatividad de los empleados											

8- De los objetivos evaluados anteriormente, escoja los más importantes. Marque como máximo 3 respuestas

- 1. Mejorar la comunicación, confianza y compañerismo
- 2. Aumentar el sentimiento de pertenencia a la empresa
- 3. Fomentar la actitud positiva
- 4. Mejorar las habilidades de liderazgo
- 5. Fomentar el crecimiento personal y profesional
- 6. Mejorar la motivación de los empleados
- 7. Identificar fortalezas y debilidades de empleados
- 8. Potenciar el trabajo en equipo
- 9. Aumentar la creatividad de los empleados

Una vez finalizada la primera parte introductoria de la encuesta, iniciaré la siguiente parte con una serie de preguntas acerca del foco central de la investigación, la actividad dinámica *Team Building* que acaban de realizar.

9- Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica *Team Building*. Tomando como 0, no creo que haya habido ninguna mejora, y 10, máxima mejora.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mejora de la comunicación personal											
Mejora de la confianza											
Mejora del compañerismo											

10- ¿Cree usted que con esta actividad dinámica de *Team Building* se ha podido fomentar la actitud positiva entre los empleados de la empresa? Indique una única respuesta

- Sí (Continúe en la pregunta nº 11)
- No (Pase a la pregunta nº 13)

11- Si es así, ¿Cree usted que la participación de la familia en la actividad dinámica de *Team Building* a favorecido el fomento de dicha actitud positiva? Indique una única respuesta

- Sí
- No

12- Evalúe la medida en la que cree que ha aumentado el objetivo indicado en la pregunta nº 10.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Fomento de la actitud positiva											

13- Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica *Team Building*. Tomando como 0, no creo que haya habido ninguna mejora, y 10, máxima mejora.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mejora de la motivación											
Mejora del trabajo en equipo											

Anexo 4: Tablas de SPSS.

Estadísticos						
	Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building. Mejora Comunicación	Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building. Mejora Confianza	Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building. Mejora Compañerismo	Evalúe la medida en la que cree que ha aumentado el objetivo indicado en la pregunta nº 10	Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building. Mejora Motivación	Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building. Mejora Trabajo en Equipo
N	23	23	23	23	23	23
Válidos						
Perdidos	1	1	1	1	1	1
Media	8,91	8,22	8,96	9,13	8,96	9,09
Mediana	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Moda	9	9	9	9	9	9
Desv. típ.	1,083	1,043	,638	,694	,767	,515
Varianza	1,174	1,087	,407	,482	,589	,265

Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building. Mejora Comunicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	7	4	16,7	17,4	17,4
	8	2	8,3	8,7	26,1
	9	9	37,5	39,1	65,2
	Máxima mejora	8	33,3	34,8	100,0
	Total	23	95,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	4,2		
Total		24	100,0		

Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building. Mejora Confianza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	6	3	12,5	13,0	13,0
	7	1	4,2	4,3	17,4
	8	7	29,2	30,4	47,8
	9	12	50,0	52,2	100,0
	Total	23	95,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	4,2		
Total		24	100,0		

Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building. Mejora Compañerismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	8	5	20,8	21,7	21,7
	9	14	58,3	60,9	82,6
	Máxima mejora	4	16,7	17,4	100,0
	Total	23	95,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	4,2		
Total		24	100,0		

Evalúe la medida en la que cree que ha aumentado el objetivo indicado en la pregunta nº 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	8	4	16,7	17,4	17,4
	9	12	50,0	52,2	69,6
	Máxima mejora	7	29,2	30,4	100,0
	Total	23	95,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	4,2		
Total		24	100,0		

Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building. Mejora Motivación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	8	7	29,2	30,4	30,4
	9	10	41,7	43,5	73,9
	Máxima mejora	6	25,0	26,1	100,0
	Total	23	95,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	4,2		
Total		24	100,0		

Evalúe la medida en la que cree que han aumentado estos objetivos tras haber realizado la actividad dinámica Team Building. Mejora Trabajo en Equipo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	8	2	8,3	8,7	8,7
	9	17	70,8	73,9	82,6
	Máxima mejora	4	16,7	17,4	100,0
	Total	23	95,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	4,2		
Total		24	100,0		

Anexo 5: Foto galería de la actividad.

