

JOAQUIM DE MARIMON, EXPERTO EN PRAXIOLOGÍA MOTRIZ CORPORATIVA

## Juegos de empresa, sí; pero con sentido

*"En los congresos o eventos se programan actividades lúdicas que no se aprovechan para sacar conclusiones fiables"*



JOAQUIM DE MARIMON

FERNANDO SAGASETA  
fsagaset@editur.com

La praxiología motriz es un conjunto de técnicas científicas que interpretan de forma objetiva el comportamiento humano a través de juegos y actividades. Joaquim de Marimon ha estudiado su utilidad en los eventos de empresa.

**-¿En qué momento descubre el punto de unión entre el turismo y la praxiología motriz?**

-Hasta hace poco sólo había un par de laboratorios de praxiología, uno en Canarias y otro en Lleida. Sus trabajos se quedaban dentro de los muros de la universidad. Mi idea fue aplicar sus principios al mundo corporativo después de hablar con algunos directores de hotel que me transmitieron la necesidad que tenían de contar con recursos para ofrecer actividades nuevas a sus clientes de empresa.

**-¿Existe alguna experiencia parecida dentro o fuera de España?**

-Por lo que he podido investigar, no. Normalmente, en las reuniones y seminarios de empresa o en los congresos se programan actividades lúdicas que sirven para conseguir algunos objetivos inmediatos, pero que no van más allá. Y es que las empresas están utilizando este tipo de herramientas de motivación de una forma intuitiva, sin una base científica.

**-¿Se dan casos también de actividades que resultan incluso contraproducentes?**

-Ya lo creo. En el famoso juego del paintball, o guerra con balas de pintura, a veces se generan crispaciones incontroladas entre los participantes. Se empieza en plan lúdico, pero, a veces, acaban disparándose por la espalda miembros del propio equipo. Lo malo es que los organizadores no tienen herramientas para descubrir por qué se producen esas situaciones indeseadas.

**-Outdoor training, team building, praxiología motriz... ¿Muchos nombres para nombrar lo mismo?**

-La praxiología va un poco más allá.

Se trata de diseñar las actividades más apropiadas para un objetivo propuesto con métodos y técnicas de medición y evaluación incuestionables.

**-¿Cuáles son los criterios que utilizan los hoteleros para ofrecer servicios o actividades extraordinarias cuando alquilan sus instalaciones a las empresas?**

-Muchos hoteles se limitan a contar con una serie de proveedores que programan actividades lúdicas sin un estudio previo de las necesidades del cliente que van a albergar.

**-¿Como opera PraxiStudy?**

-Lo primero es diseñar la actividad más adecuada tras un análisis praxiológico. Durante su desarrollo solemos filmar a los participantes con su consentimiento. Dejamos bien claro que es una mera herramienta para el posterior análisis de los resultados de la actividad. Con todo ello, elaboramos un informe para la empresa con el perfil conductual de las personas que intervienen.

**-Puede poner algún ejemplo concreto de actividades con las que trabajan habitualmente en las reuniones de empresa?**

Hay muchos. Por ejemplo, tenemos un juego para evaluar la asertividad que consiste en una diana que se coloca sobre una mesa alargada. Con unas bolas deslizantes se trata de obtener las mejores puntuaciones. Es como una petanca de mesa. La diferencia es que sólo los capitanes pueden recibir puntos. Los demás son mercenarios que trabajan para ellos. Lo interesante de este juego, es que los capitanes escogen a los mercenarios que prefieren. Al principio se dejan llevar por criterios de afinidad o de amistad, aunque sean malos en el juego. Según van perdiendo van sustituyendo a los amigos por los más efectivos en el juego.

**-Cada vez está más extendida la costumbre de salir fuera de la empresa para cohesionar a la plantilla en lugares más gratificantes. ¿Tan importante es el entorno para el comportamiento humano?**

-El entorno es básico. Lo bueno de sacar a la gente fuera de la oficina es que así se enfrenta a una realidad desconocida, y la mejor manera de desenvolverse en esa situación es comportándose cada cual tal y como es. Esto da muchas pistas sobre su personalidad.

**-¿No puede causar rechazo entre los empleados el que la empresa utilice los viajes y las actividades lúdicas para obtener información valiosa para sus fines? ¿No se pueden sentir manipulados?**

-La empresa tiene el derecho y la obligación de conocer a sus empleados y su capacidad de liderazgo o de innovación. Pero tampoco puede engañar. Tiene que ser muy clara y plantear esas salidas como auténticas jornadas de formación, aunque sea distendida, pero formación al fin y al cabo. La propia persona aprende también muchas cosas sobre sí misma, sobre sus aptitudes y su capacidad de resolución o improvisación.

**-¿Y no empieza a haber una inflación de actividades en las reuniones de empresa?**

-Los juegos de empresa son muy útiles, siempre que se programen con cabeza. Sí es cierto que en ocasiones se llenan las agendas sin ton ni son. Quizá los delegados deberían tener más tiempo libre con unas actividades más escogidas y más efectivas. □

**"A VECES LOS JUGADORES DE PAINTBALL ACABAN DISPARÁNDOSE POR LA ESPALDA CON UNA CRISPACIÓN QUE LOS ORGANIZADORES NO SABEN INTERPRETAR."**

### Perfil

Licenciado en Educación Física y doctor en Pedagogía y Psicología por la Universidad de Lleida, Joaquim de Marimon es un apasionado del parapente y del vuelo libre. Tras finalizar su tesis sobre Praxiología Motriz descubrió todo un campo por explotar por sus imbricaciones con el mundo de la empresa y del turismo. Su empresa, PraxiStudy, lleva un año y medio organizando actividades y cursos de formación.