

DESARROLLO PERSONAL

Hacer equipo a ritmo de tambor africano

Ochenta profesionales de Johnson & Johnson bailaron y tocaron los tambores a ritmo africano, una nueva herramienta de motivación capaz de crear un fuerte sentimiento de comunidad.

M.MATEOS / A.COLMENAREJO. Madrid

Que levante la mano el ejecutivo que no se haya lanzado en tirolina, asistido a un curso de risoterapia, participado en una carrera de sacos o jugado a la gymkana. Pero, ¿quién puede decir que ha tocado un *djembe* y bailado los ritmos africanos sin sufrir los efectos del *jetlag*? Ochenta profesionales de la firma de productos de perfumería y limpieza Johnson & Johnson pueden contarlo en primera persona. Durante el transcurso de una hora, Sewabeats, una firma creada por el británico Doug Manuel, trasladó sus tambores a Madrid y los utilizó como herramienta terapéutica para aliviar los posibles dolores de cabeza que



pueda provocar la fusión de dos líneas de negocios de la multinacional norteamericana en una estrategia común.

La perplejidad y timidez inicial de los profesionales que participaron en la sesión fueron dando paso a la desinhibición y al entusiasmo, mientras *aporreaban* con destreza los tambores, en lo que primero parecía un juego y más tarde se fue

transformando en una disciplina. Los tres facilitadores de Sewabeats, directores de esta orquesta improvisada, consiguieron en un tiempo récord que el grupo —compuesto por responsables de marketing, ventas y logística de Johnson & Johnson— compusiera una pieza única a través de los instrumentos, como si de una tribu africana se tratara, con cánticos incluidos. Para



Arriba, con corbata, el director de marketing de Johnson & Johnson que participó con el equipo de ventas de la compañía en esta sesión, que perseguía un objetivo: "Juntos podemos conseguirlo". / Juan M. Martín.

palpar los posibles dolores producidos por el *djembe*, el grupo se puso en fila india con el fin de dar un masaje a su compañero y dar por concluida la sesión. Todos demostraron en sesenta minutos que "uno más uno siempre es más de dos", como afirmaba al finalizar la sesión —exhausto, entusiasmado y con las manos entumecidas— Makis Kosmatos, director de marketing de la

división de consumo de la firma. Kosmatos cuenta que al principio "lo de los tambores me despertó cierto escepticismo, pero las demostraciones en vídeo me convencieron de que no perdíamos nada por probar".

Ésta no es la primera vez que Sewabeats aplica esta terapia. Oracle reunió en Varsovia a más de seiscientos directivos y hace unas semanas también consiguió despertar el entusiasmo del equipo directivo de Amadeus, la mayor central de reservas. Su vicepresidente de recursos humanos, Hans-Henning Quast, afirma que es "una oportunidad para compartir un momento de concentración y diversión".