

EMPRESSES

Emprenedors Coachingames

El joc de la teva vida

Coachingames neix amb Biopolis, un joc de taula adreçat a empresaris i famílies i basat en les relacions interpersonals i el lideratge

JORDI TORRENTS
VACARISSES

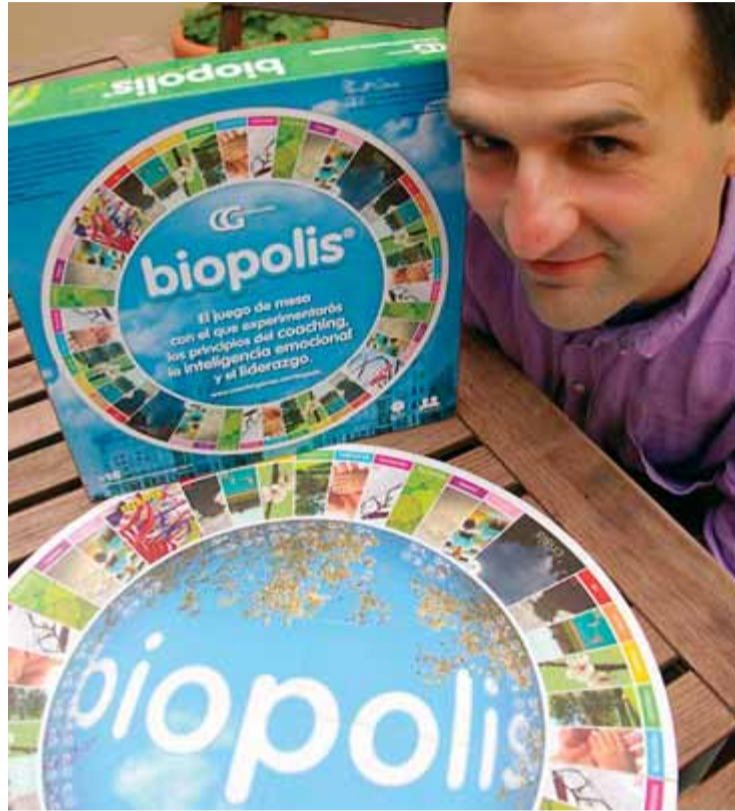
Un joc de taula que pretén ser un simulador vital basat en les relacions interpersonals, les habilitats socials i el lideratge. Un joc que, en lloc de qüestionar els nostres coneixements culturals, ens repta a assolir nivells vinculats a la pròpia vida, com la salut, la parella, els diners o l'oci. Un joc amb un tauler, uns daus, unes targetes i una mecànica similar a la d'altres jocs de taula, però amb una finalitat, doncs, diferent. Es tracta de Biopolis, el primer projecte nascut de Coachingames, una firma fundada per Moisés Martínez, després d'anys d'experiència en el camp del *coaching*.

Martínez defineix Coachingames com "un projecte per gaudir creant canvis duradors en persones i col·lectius, i també de formació i difusió del *coaching*, la intel·ligència emocional i el lideratge". Biopolis s'adreça a majors de 18 anys, tot i que està obert a l'àmbit empresarial, familiar i d'amics. Un següent pas ja serà crear altres versions per a nens i

joves, però també per a sectors empresarials concrets.

La creació del joc ha estat 100% de Martínez i, de moment, vol temptejar el mercat amb un miler d'unitats. El preu és de 45€ i, tal com detalla el soci fundador, si es ven tota la primera edició "obtinrem beneficis per reinvertir" en nous materials. La distribució és per internet (coachingames.net/biopolis), tot i que més endavant es plantegen entrar en botigues convencionals.

Martínez fuig de la comparació amb altres jocs de taula, però explica: "Hem buscat inspiració en el millor dels jocs clàssics" pel que fa a la dinàmica. Sobre els continguts de les preguntes, "estan basades en els millors llibres dels darrers 30 anys sobre desenvolupament personal i empresarial". Una altra idea de Coachingames és aconseguir crear una mena de sistema de franquícies de formació a través d'universitats o centres de desenvolupament empresarial. Martínez concreta que es tractaria de "poder emetre una acreditació que es diria Biopolis Certified Trainer". Així, Co-



Moisés Martínez és músic, 'coach' i emprenedor. J.T.

achingames s'encarregaria de facilitar tot el material necessari, així com els continguts per dur a terme sessions de formació, basats en elements del *coaching*, les constel·lacions familiars, la programació neurolingüística (PNL), la psicologia sistèmica i el mètode Feldenkrais, un procés d'ensenyament somàtic, basat a organitzar el cos per moure's amb un mínim d'esforç i màxima eficàcia.

JUGUEM El joc en sí permet fer des de partides ràpides, d'aquelles de sobretaula de mitja hora, fins a d'altres que poden allargar-se durant unes quantes hores i fins i

tot dies. Aquesta darrera opció, assenyala l'emprenedor, és ideal per a seminaris o trobades empresarials de varies jornades.

Martínez es mostra orgullós del disseny del tauler, ja que presenta, d'entrada, "una visió macro del món", amb referències a l'ADN per començar a jugar; la vida com a cercle; una visió similar a la que podem tenir tot estirats a la gespa i "somiant quina vida volem", i fins i tot una perspectiva d'ull de peix com a símbol de la consciència personal que permet els canvis. Biopolis està pensat per jugar-hi des de dos fins a sis jugadors, però amb la possibilitat de crear grups i adre-

La firma espera obtenir beneficis amb la primera edició i poder reinvertir-los

çar-se a una quantitat més gran. L'objectiu final és anar guanyant nivells de vida a partir de proves o preguntes, fomentant la relació amb els diners i amb els altres, el *win win* o les aliances amb companys i rivals.

Per crear Coachingames, Martínez té com a soci el grup Zeroestrés, amb Josep Isern com a director general i Xavier Obon com a director de màrqueting. El completen el director general d'Ogilvy Interactive Barcelona, Jordi Urbea i el director de la Jove Cambra d'Empresaris de Barcelona, Rubén Isern. El 10% dels guanys es destinarà a projectes solidaris, tal com ja s'ha dut a terme amb Fupar, entitat que atén i dona feina a persones amb discapacitat psíquica a Terrassa.

LA IDEA



Moisés Martínez, músic i compositor, va iniciar fa ja

gairebé dues dècades un procés d'*autocoaching*. Posteriorment, es va formar a l'European Coaching Center i el 2008 va crear Crescendo Global Coaching. Ara, amb el grup Zeroestrés al costat, ha fundat Coachingames per desenvolupar eines, com Biopolis, per difondre les excel·lències del lideratge i l'entrenament personal.

La fal·làcia de la nimfòmana

OPINIÓ



Guillermo de Haro

Em preguntava l'altre dia una amiga pels cursos sobre Community Management i Social Media on col·laboro com a soci d'Aerco (Associació Espanyola de Responsables de Comunitats Online). Les seves preguntes em van preocupar, així que vaig ser directe. "Quin és el

problema real? Em preguntes coses com si no em creguessis. Has vingut a alguna sessió o has parlat amb algú que hi hagi vingut?" La seva resposta es va fer esperar, però va confessar: "Una persona que conec, ficada en aquest món, m'ha dit que no és bona idea fer un curs de Social Media amb gent que gairebé no té seguidors a Twitter o a Facebook". La meua resposta va ser: "Així, el teu amic opina que totes les sexòlogues haurien de ser nimfòmanes". Un cop la meua amiga va deixar de riure li vaig explicar,

seguint la mateixa lògica, que el millor professor de Twitter hauria de ser Ashton Kutcher (marit de Demi Moore), amb 6 milions de seguidors, o Lady Gaga, amb gairebé 7. I és que això de les xarxes socials ens està fent perdre la perspectiva. L'expert tenia milers de seguidors a Twitter i, al mateix temps, ell en seguia uns milers més! Jo tot just segueixo quatre persones. Entre *tweets* i *retweets* no tinc temps per a més, perquè les meves prioritats són unes altres. En lloc de dedicar temps a generar contingut, el dedico als meus alumnes.

Generar contingut de qualitat i interès de manera recurrent és complicat i costós. No tothom pot fer-ho. Per no parlar del seguiment dels *tweets*. Fem un senzill càlcul. Suposem que no s'usen tots els caràcters, i a més una part són enllaços que no llegim (total=100 caràcters per *Tweet* en lloc de 140). Suposem una mitjana de conversió de caràcters a paraules (total=5 caràcters per paraula). Això fa unes 20 paraules per *Tweet*. Suposem un *Tweet* per dia de mitjana. I suposem algú que segueix 5.000 persones per ser seguit per 5.000

més (hi ha usuaris que en segueixen 56.000!). En conclusió, 5.000 persones, per un *Tweet* diari, per 20 paraules, són 100.000 paraules. Si tenim en compte que una plana de Word en Times New Roman 12 i interlineat senzill té unes 500 paraules, aquest campió es llegix cada dia 200 planes. Un llibre diari en format *Tweet*! Anem bé de quantitat, però i la qualitat? Passa el mateix amb Facebook. Fa mesos vaig saturar un compte gratuït de Gmail enviant fotos de la meua filla, i per això ara utilitzo Facebook

perquè la meua família i amics les vegin. Per això ni tinc ni vull un Fan Site amb milers de seguidors. El meu Facebook m'aporta valor d'aquesta manera. I el meu motiu per estar en aquesta xarxa social no és la por a l'amenaça del guru de torn: "Si no estàs a Facebook no existeixes". Ja m'agradaria a mi no existir com Amancio Ortega, una de les majors fortunes del món, aconseguida, per cert, sense seguir cap guru de la publicitat.



Soci Expansió Internacional d'Avangroup