

## Cómo estimular la creatividad en la empresa

Pablo Cardona y Helen Wilkinson  
e-business Center PwC&IESE  
16/10/06



El portal Yahoo! ha lanzado dos nuevas aplicaciones: *Mapmixer*, una herramienta que permite combinar mapas; y *Shop by color*, que facilita a los usuarios del servicio de compras de Yahoo! filtrar la búsqueda de productos según el color que más les guste. Lo realmente interesante de estos nuevos servicios es precisamente que tienen su origen en los *hack day* (día del hacker), unos concursos de creatividad organizados por Yahoo! y destinados a fomentar la creatividad dentro de la empresa.

Yahoo! implantó estos *hack days* hace dos años como una manera de espolear la creatividad de sus empleados. Este tipo de iniciativas para fomentar la innovación se están haciendo cada vez más populares entre las grandes empresas. Microsoft, por ejemplo, tiene su propio *hack day* y Google apuesta por el “20 percent time”, una fórmula que anima a sus ingenieros a dedicar el 20 por ciento de su jornada laboral a proyectos de la compañía que encuentren especialmente interesantes, independientemente del trabajo que tengan asignado.

Según Google, el servicio de noticias Google News o la red social Orkut han surgido precisamente de proyectos desarrollados durante este porcentaje de tiempo que la empresa otorga a sus empleados. Este tipo de iniciativas impulsan la creatividad en la medida que ayudan a los empleados a sentirse menos presionados y les animan a correr riesgos, favoreciendo así el surgimiento de nuevas ideas.

### Ambiente favorable

Todos los empleados tienen potencial creativo pero que éste se aproveche al máximo depende en gran parte de la empresa. Suele creerse que la creatividad depende de factores como la personalidad, la inteligencia o la juventud pero esto no siempre se corresponde con la realidad. A menudo, las mejores ideas provienen de personas que podríamos considerar conservadoras, mientras que quienes poseen un coeficiente intelectual más alto tampoco son necesariamente las más creativas. Para llegar a tener buenas ideas resulta de máxima importancia disponer de conocimientos y experiencia, algo que siempre puede fomentarse. Así pues, ser o no una persona creativa depende tanto o más de la actitud que de las aptitudes innatas. Se pueden identificar tres características básicas que conforman lo que podríamos considerar como una actitud creativa: la tenacidad, la confianza y el

### Claves

**1** Los primeros hackers que reconocieron como tales surgieron en el MIT en los años 60. Aunque el término suele vincularse ahora a los delitos informáticos, según los propios hackers, “hackear significa divertirse con el ingenio, usar la inteligencia para hacer algo muy difícil, tanto de forma individual como en equipo y es posible en cualquier tipo de proyecto.” De ahí que a la iniciativa de innovación de Yahoo! se le diera el nombre de *hack day*.

**2** Yahoo! celebró su primer *hack day* a finales de 2005 en la sede central de la compañía en Sunnyvale, California. El evento exigía que se pasara en el mismo día de la idea al prototipo y que, al final de la jornada, cada equipo tuviera lista una demo del proyecto, que debería exponer a sus compañeros en una presentación de dos minutos.

**3** El éxito del primer *hack day* hizo que la iniciativa tuviera continuidad. En abril de 2006 se celebró un *hack day* en Bangalore, India y en diciembre del mismo año se celebró el primero que se abrió a desarrolladores externos a la empresa. El último *open hack day* reunió en Londres a más de 400 desarrolladores de software e ingenieros de toda Europa y contó con la colaboración especial de la BBC.

entusiasmo.

La tenacidad es necesaria porque las ideas pocas veces se presentan por arte de magia y casi siempre hay que trabajar para buscarlas. Esta tarea se realiza combinando la actividad del hemisferio derecho del cerebro, que es la parte creativa, con la del izquierdo, responsable de tomar decisiones basadas en el análisis.

En segundo lugar, la confianza es necesaria en la medida que evita que los empleados bloqueen su creatividad por miedo a los riesgos o a un posible fracaso.

Por último, las personas raramente se mostrarán creativas si no sienten un cierto entusiasmo, una motivación intrínseca por el trabajo que se está haciendo. Aunque no siempre se pueden asignar a los empleados proyectos que les entusiasmen sí se puede motivarles haciéndoles sentir que su trabajo es importante y apreciado.

En realidad, la creatividad en el trabajo está muy relacionada con la capacidad de una compañía para transmitir a sus trabajadores un sentimiento de autoestima y de confianza en sí mismos. Para que surjan buenas ideas es crucial que las empresas creen un ambiente de libertad en el que se valore la propia iniciativa. Los *hack days* lo consiguen al romper las barreras tradicionales entre los distintos grupos que trabajan en la empresa. Los participantes sólo deben preocuparse de conseguir que una demo del producto esté disponible al final de esta jornada. En estas veinticuatro horas, la burocracia y la jerarquía ceden paso a la creatividad, de modo que se consigue sacar a la gente de su “jaula de cristal”, que les impide ver más allá de los procesos a los que su rutina de trabajo les ha acostumbrado y que dificultan la creatividad.

Nimit Maru, el creador de Mapmixer, una de las dos ideas mencionadas integradas en Yahoo!, explica que su idea se le ocurrió en la ducha. Esto no resulta en absoluto inusual, ya que el cerebro suele dar con las mejores ideas cuando, una vez que ha recibido la información y ha combinado y asociado los conceptos, tiene ocasión de relajarse.

De ahí que los *hack days* se caractericen también por un ambiente distendido, en el que se permite a los empleados que organicen la oficina del modo que les resulte más cómodo. De hecho, Chad Dickerson, director de la Yahoo! Developer Network y máximo impulsor de la iniciativa, afirmó que se había sorprendido tanto por los proyectos generados como por la espontaneidad con la que habían surgido ideas que podían ayudar a mejorar la organización de la compañía.

Los *hack days* de Yahoo!, al igual que las iniciativas similares de Microsoft o de Google son sólo algunos ejemplos de cómo las empresas pueden estimular de manera activa la creatividad de sus empleados. Las que consigan dotarse de un ambiente de trabajo que fomente la creatividad tienen más posibilidades de situarse mejor en la carrera de la innovación y obtener así una importante ventaja competitiva a largo plazo.