

Caso práctico

Maxis Communications

La conexión a favor de la creatividad

Maxis Communications es el proveedor de servicios de comunicaciones móviles líder en Malasia. Ha atraído a más de 12 millones de clientes gracias a unos valores corporativos que combinan la simplicidad, la honradez y la creatividad «en todo lo que hacemos y decimos».⁵ Sin embargo, con la necesidad de mejorar dentro del sector de las telecomunicaciones, Maxis deseaba renovar su espíritu pionero.

En diciembre de 2009, Maxis envió a 18 ejecutivos en viaje de negocios a San Francisco, Silicon Valley y Los Ángeles. El equipo interactuó con empresarios de otras empresas para obtener una visión detallada de la cultura de las “start-ups”, visitó Paramount para asistir a una exposición sobre últimas tecnologías de distribución de contenido multimedia (uno de los principales intereses de Maxis, puesto que ya es el máximo distribuidor de música de Malasia) y asistió a conferencias impartidas por gurús del management como Michael Tushman, autor del clásico «*Winning through Innovation*».

Maxis sacó otra idea de la manga. Para ampliar aún más los horizontes del equipo en materia de creatividad tecnológica, los 18 miembros utilizaron Twitter y Foursquare en sus iPhones para compartir sus experiencias en tiempo real con sus 8.300 compañeros en Malasia y la India. Los empleados podían twittear con ellos y realizarles preguntas que luego los ejecutivos se las planteaban a las personas de las otras empresas con las que se reunían.

¿El resultado? Al final del viaje, los 18 empleados no sólo habían establecido vínculos afectivos, sino que estaban llenos de ideas para revitalizar la cultura corporativa, y su entusiasmo fue compartido por aquellos que habían participado de forma virtual a lo largo de todo el viaje.

Para Maxis, la innovación ha dado paso a la colaboración y ésta, a su vez, ha impulsado una nueva ola de creatividad. El enfoque innovador de la empresa para desarrollar el talento humano ha obtenido ahora un amplio reconocimiento, con un primer puesto en los Premios Recursos Humanos 2010 en Malasia.

Para más información

Para más información

Para obtener más información acerca de este estudio, visitenos en

ibm.com/chrostudy/ar o envíe un correo electrónico a
smart@ar.ibm.com ó **veronica.arduengo@ar.ibm.com**