

Somos la empresa de recursos humanos
más recomendada del mercado...
Y no lo decimos nosotros(*)...



Gracias a todos los que lo habéis hecho posible

randstad

FinanFOR 915755537
WWW.FINANFOR.ES **Gestión de Bonificaciones por Formación Continua**

EDITORIAL



Camilla Hillier-Fry y Ana Lostalé

Del marketing interno al hacking cultural

RRHH Digital

El primer periódico online de Recursos Humanos

10 ANIVERSARIO

PORTADA SECCIONES EDITORIAL ENTREVISTA SE RUMOREA THE ENGLISH CORNER FORMACIÓN EN RRHH EMPLEO

VOLVER

TAMAÑO DE LA LETRA

Editorial

Camilla Hillier-Fry y Ana Lostalé, de PeopleMatters

Del marketing interno al hacking cultural

POR Camilla Hillier-Fry y Ana Lostalé, de PeopleMatters, 00:00 | 03 de Octubre del 2016



El término “*hacking*” ha trascendido al mundo de las *startups* en el sentido de experimentar y crecer con pocos recursos. Algo parecido ocurre con el *hacking* cultural, puesto que sería lo contrario a las mejores prácticas: implica cuestionarse lo establecido, encontrar “vulnerabilidades” en las formas de hacer e innovar.

El *hacking cultural* no es el “caballo de Troya” de la cultura corporativa, no se trata de dismantelar la misión, visión y valores de la compañía.

Al contrario, exige comprender el porqué de los valores y conocer bien la organización para identificar dónde y cómo se pueden cambiar las formas de hacer, para realmente vivir los valores. Los *hackers culturales*, igual que los informáticos, trabajan en red, para introducir pequeños cambios y ganar el apoyo de personas en toda la organización.

Hoy en día muchas organizaciones afirman tener una cultura de apertura y agilidad, acorde con el mayor acceso a la información y las exigencias del mercado. Para ser coherentes con esta imagen, necesitan crear una cultura flexible que fomente la transparencia y la participación. La cultura corporativa es una herramienta competitiva que representa un elemento diferencial en la propuesta de valor al empleado. Con la entrada en las compañías de los *millennials*, cada vez se valora más trabajar en entornos muy distintos a los tradicionales, con posibilidades de innovar o emprender, y con una cultura más abierta y menos formal. Las propias empresas ven las ventajas de crear entornos que fomenten el trabajo colaborativo.

¿Qué tiene de bueno el “hacking”?

El *hacking cultural* es especialmente productivo en las compañías que quieren reforzar la marca o el compromiso. Aporta beneficios a distintas organizaciones, desde las que cuentan con una estructura capilar extensa con muchas oficinas o talleres en diferentes regiones, hasta las *start-ups* y las organizaciones en proceso de cambio. Los beneficios más comunes incluyen los siguientes:

- Fomenta la participación a través del intercambio de ideas y opiniones entre muchas personas de una manera abierta, “entre iguales”.

- Aumenta el impacto: el *hacking* involucra a muchas personas en diferentes áreas y puede abarcar al sistema entero de la organización.
- Reduce procedimientos de gestión y ahorra tiempo: fomenta la cultura a través de pequeñas acciones fáciles de implantar de forma casi inmediata.
- Requiere pocos recursos económicos, necesitando más la motivación de las personas.
- Refuerza el orgullo de pertenencia y el compromiso, gracias a la contribución y creación de una comunidad activa.
- Atrae talento que busca oportunidades para innovar.

Los beneficios son apreciados por las personas, la empresa e incluso por colectivos externos como clientes, futuros empleados y competidores.

¿Cómo *hackear* la cultura?

La eficacia del *hacking* depende del buen conocimiento del sistema, o de la organización en el caso de la cultura. Observar a la compañía ayuda a tener más claro cuál es el *gap* entre la cultura actual y la deseada. Algunas recomendaciones:

- Buscar las "grietas" existentes entre lo que las personas perciben frente a lo que se quiere llegar a ser, identificando símbolos o iconos de la cultura, hábitos arraigados, incoherencias entre lo que se dice y lo que se hace, diferentes interpretaciones de los valores cuando se aplican a compañeros y a clientes. Esto nos permite poner foco y establecer prioridades para el cambio cultural.
- Identificar todos los instrumentos de comunicación en la compañía, sean formales o informales. Consultar a personas que no estén en el área de Recursos Humanos o Comunicación Interna, sino en la fábrica, las oficinas o equipos de ventas en diferentes regiones, para averiguar cómo se transmite realmente la cultura. Se trata de aprovechar todas y cada una de las oportunidades de comunicación, sea la máquina del café o en los pasillos. Lo importante es que las personas manejen la información correcta.
- Medir regularmente la cultura de distintas maneras: evaluación del impacto de iniciativas de cambio, *pulse surveys*, reacción y participación. La tecnología facilita la monitorización, pero no reduce la importancia de la comunicación directa entre personas. Igual de importante que la medición es la acción y hacer los cambios oportunos. Hacer que esta dinámica sea recurrente ayuda a conseguir la cultura deseada y mantener a las personas vigentes.
- Reforzar la nueva cultura con incentivos, por ejemplo, si buscamos una cultura innovadora, debemos incentivar la generación y puesta en marcha de nuevas ideas y evitar la penalización de errores. Aquí podemos aprender algo más del "*hacking*": puede que los incentivos que más se valoren sean intangibles, como el reconocimiento de los pares, o la satisfacción de haber innovado,...

Cambiar la cultura es uno de los retos más difíciles para una organización. El marketing corporativo y los mensajes del primer nivel quizás sean necesarios para comunicar la cultura, pero ya no son suficientes para cambiarla: ha llegado la hora de los "*hackers*".

*Si te ha resultado interesante este artículo, te animamos a seguirnos en **Twitter**.

RRHHDigital

Sección patrocinada por

Somos la empresa de recursos humanos **más recomendada del mercado...**
Y no lo decimos nosotros!...



Gracias a todos los que lo habéis hecho posible



 Twitter
  Facebook
  Google +
  LinkedIn

NOTICIAS RELACIONADAS:

Consigue tu plan de networking eficaz

El networking hoy se ha convertido en una habilidad indispensable para potenciar **ampliar**

La jubilación

Fueron muchos ratos felices los que tabajando pasé y por mucho que me trabajaré nunca **ampliar**

Marca empleadora

A las empresas les llegó la hora de venderse para poder reclutar un equipo de excelencia **ampliar**