



Eres el Director de Recursos Humanos y ves que la rotación de personal aumenta y que los trabajos tardan más en completarse. O tal vez eres el Director de Comunicación y te llegan rumores de que la moral de los empleados está por los suelos. O tal vez estás en marketing o servicio al cliente y has visto un fuerte aumento en las quejas de los clientes y una disminución en las ventas.

Hay un problema cultural obvio. Pero el CEO puede estar reaccionando de una de dos maneras: lo pinta todo de color rosa para disfrazarlo o, lo más probablemente, presiona al equipo para que trabaje más. Ninguna de las dos es efectiva.

Situaciones como esta necesitan una investigación cultural, pero ¿cómo se la vendemos al CEO?

Es posible que sea consciente de los factores que hacen que su vida cotidiana en el trabajo sea agradable o desagradable, como la moral de otros compañeros de equipo, la actitud de los clientes y el tiempo que lleva cubrir vacantes importantes, pero ante todo tu CEO se mueve principalmente por el resultado final. Para convencerlo de que se debe hacer algo para solucionar el problema, hay que hablar su idioma, no el tuyo. [Muéstrale cómo la cultura va a impactar en el negocio y en los resultados.](#)

Primero, debes trabajar y obtener el apoyo del director de finanzas. Vender la cultura al CEO es una batalla cuesta arriba si el CEO no ve el impacto financiero en blanco y negro. La forma de hacerlo es a través de informes de ingresos y gastos. Con el director financiero, realiza un seguimiento del coste en los beneficios de los días de enfermedad, los puestos difíciles de cubrir, la rotación, los defectos del producto y las reclamaciones de seguros en caso de accidentes y desempleo.

Busca departamentos que tengan tasas de rotación particularmente altas. Eso te puede indicar si algunos gerentes están causando la rotación. Es probable que estén tomando malas decisiones, no lideren bien y no responsabilicen al equipo. Estos gerentes necesitan desarrollo en liderazgo como mínimo o incluso pueden necesitar ser reemplazados. Ciertamente, sus equipos necesitan formación, que es mucho menos costosa que la rotación constante.

¿Se realizan [entrevistas de salida](#)? ¿Qué dicen los empleados que salen sobre el entorno laboral? ¿Es el estrés laboral un problema? ¿Cómo se maneja el conflicto? ¿Cuál es la palabra en la calle sobre la [reputación de la empresa](#)? ¿Las personas se sienten orgullosas o avergonzadas de decir que trabajan en la empresa? Reúne toda esta información. Algunos de estos datos pueden ser anecdóticos, pero cuanto más se pueda documentar a través de cifras, utilizando instrumentos como encuestas de empleados y clientes, mejor.

Después de recopilar los datos, el siguiente paso es reunirse con tu CEO y, primero, escuchar. Ponte en la misma página con él o ella y aprende sobre sus preocupaciones y objetivos. Luego presenta lo que encontraste y sugiere que una investigación y análisis de la cultura podría ayudar a identificar oportunidades de ahorro.

También puedes hacer lo siguiente:

- Planifica una sesión con el equipo ejecutivo que incluya trabajo en equipo, conversaciones de confianza, evaluaciones de comportamiento y establecimiento de objetivos.
- Realiza una evaluación de la [experiencia del empleado](#).
- Involucra a todo el equipo directivo.
- Escucha, actúa y da seguimiento.

No dejes que el tema se muera. Este es uno de los elementos que se incluye en la categoría “importante pero no urgente” de la gestión del tiempo, pero puede convertirse en un asunto urgente si no se trata de manera oportuna.

Toma la iniciativa y vende a tu CEO la investigación cultural que sabes que tu empresa necesita.

Desde **Human Performance** podemos ampliarte esta información y, si lo consideras oportuno, compartir contigo ideas y experiencias sobre este tema. [Ponte en contacto con nosotros](#) y nuestro equipo profesional te atenderá encantado.

Si te ha gustado esta entrada, y deseas recibir todos nuestros artículos cómodamente en tu email, te invitamos a [suscribirte a nuestro blog](#)



[Àngels Mora](#)



¿Cómo venderle al CEO un análisis de la cultura?

Directora de Consultoría de RR. HH. en Human Performance.

Te invito a visitar mi [perfil completo](#).