



HD*



I 
MY
WORK



La cultura
con el
tiempo
genera
resultados



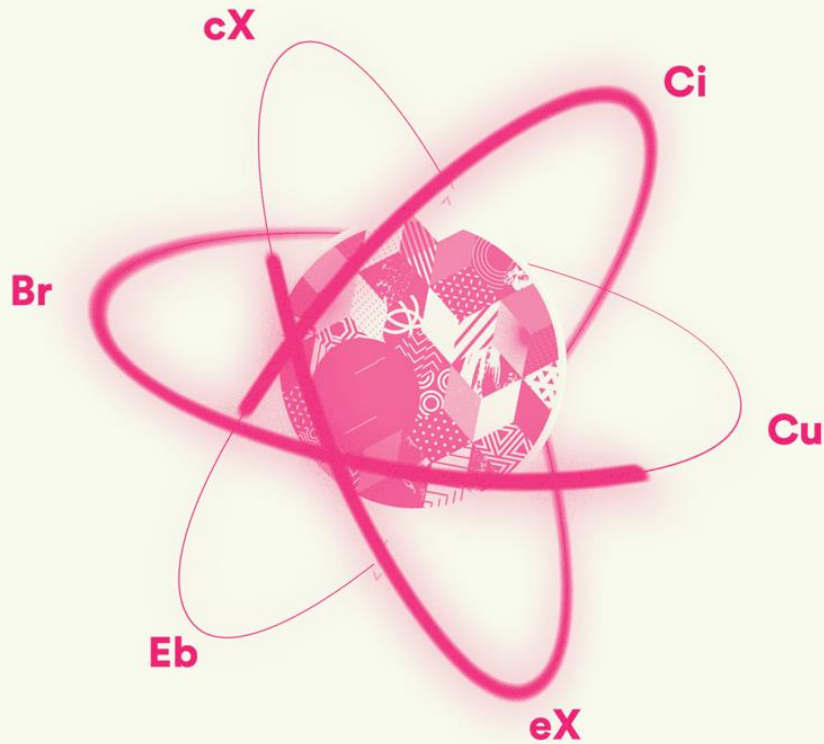
A la
velocidad
de la
imaginación

Harvard Business Review

March/April 2021 issue

Artículo: How Leader can drive Sales

Ilustrado: Marcel Ceuppens



**The
Big
Brand
Theory**

Br

Branding

Relación de lealtad entre la marca y el cliente, basada en las promesas y la percepción de su cumplimiento.

Cu

Cultura

Modelo de la realidad que nos identifica y nos da sentido

Eb

Employer Branding

Estrategias y percepciones que distinguen la marca empleadora

ci

Comunicación Interna

Las estrategias y las historias que se cuentan, del negocio, de la cultura, de los cambios y de las personas.

eX

Employee Experience

La percepción de satisfacción en todo el ciclo de vida del empleado.

cX

Customer Experience

La percepción de satisfacción en todos los momentos de verdad del cliente.



	XII	VI	VIII	VII	V	I	IV	XI	II	IX
	12 Eb Employer Branding							11 Ri Ritos	02 Li Liderazgo	05 Et Ética
12.01	Ma Marcas	06 Ci Comunicación Interna	08 Re Reconocimiento	07 Ta Talento	05 In Inducción	01 Fi Filosofía	04 Hi Historias	11.01 Ce Celebraciones	02.01 Ac Acciones	09.01 Cd Códigos
12.02	Pu Publicidad	08.01 Me Medios	08.01 Rt Retroalimentación	07.01 At Atracción	05.01 Bi Bienvenida	01.01 Mi Misión	04.01 Fu Fundadores	11.02 Pt Protocolo	02.02 En Etnografía	09.02 Le Legal
12.03	Pv Propuesta de valor	08.02 Au Audiencias	08.02 Pr Premiación	07.02 Se Selección	05.02 Ec Endo-culturación	01.02 Vi Visión	04.02 He Héroes	11.03 An Aniversario	02.03 Im Imagen	09.03 So Social
12.04	Dr Digital Reputation	08.03 Em Endomarketing	08.03 Cs Consecuencias	07.03 Cn Capacitación	05.03 Eg Engagement	01.03 Va Valores	04.03 Vn Villanos	11.04 Ic Iniciación	02.04 Vd Vida	09.04 Dn Denuncia
12.05	Ex Employee Experience	08.04 Ip Interpersonal	08.04 Po Potencial	07.04 De Desarrollo	05.04 Fo Formación	01.04 Pr Principios	04.04 Ly Leyendas	11.05 Ci Cierre	02.05 Ca Carrera	09.05 Ct Comité
		08.05 Ea Escucha	08.05 Dñ Desempeño	07.05 Da Despedida	05.05 Ej Ejecución	01.05 No Normas	04.05 Rp Radio Pasillo			
III		03 Es Espacios	03.01 Ub Ubicación	03.02 Aq Arquitectura	03.03 Io Interiorismo	03.04 Am Ambiente	03.05 Mo Mobiliario			
X		10 Ar Artefactos	10.01 Ve Vehículos	10.02 Cl Celulares	10.03 Pa Papelería	10.04 Cp Computadora	10.05 Hr Herramientas			

Valor — 01

Fi ★ ★ ★

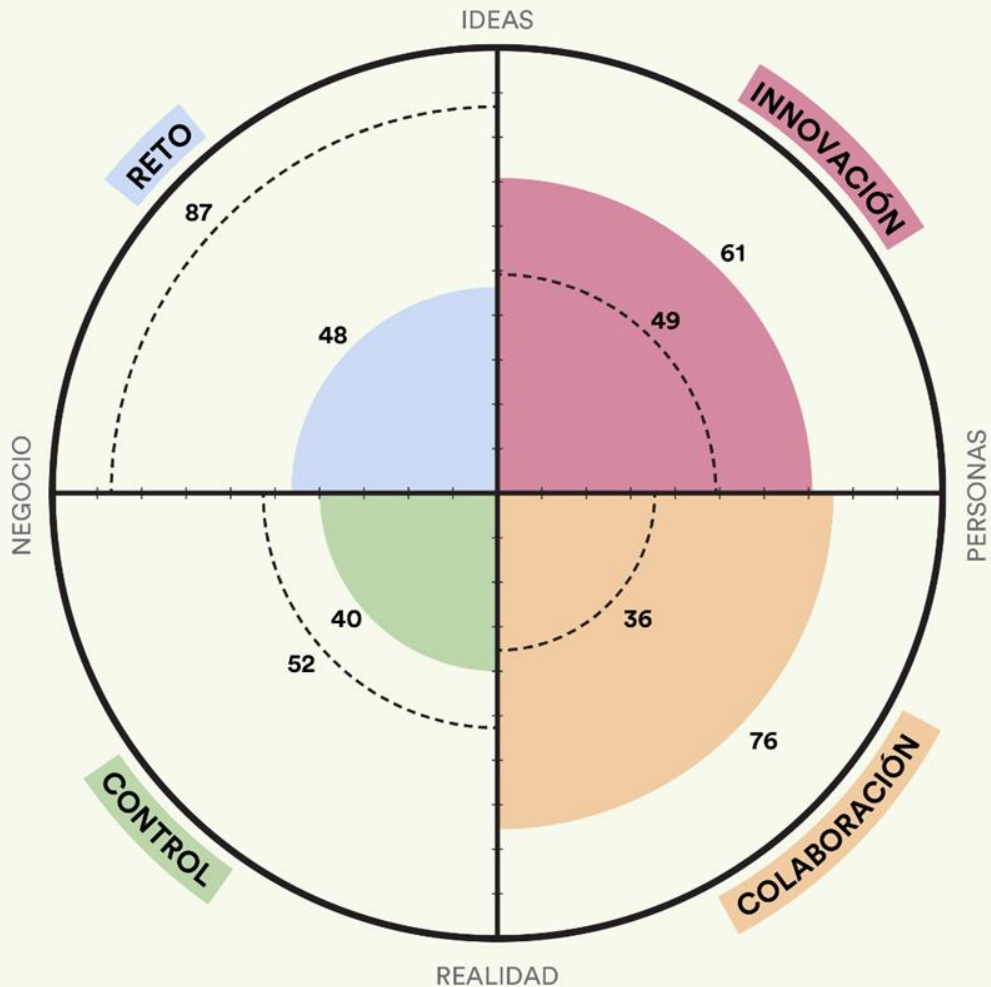
Filosofía

- Elemento
- Componente
- Símbolo
- Descripción



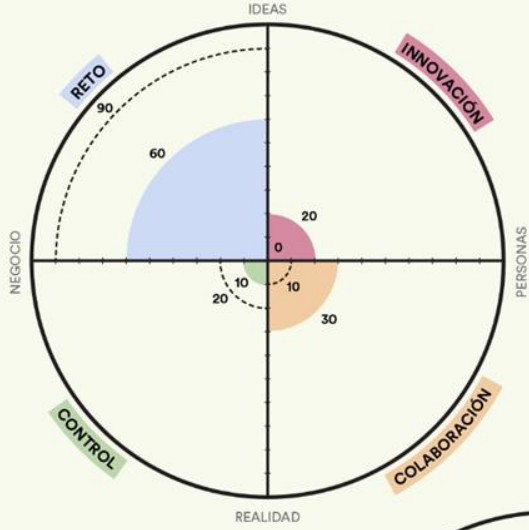
CULTURE
ID

	Actual	Ideal
RETO	87	48
INNOVACIÓN	49	61
COLABORACIÓN	36	76
CONTROL	52	40

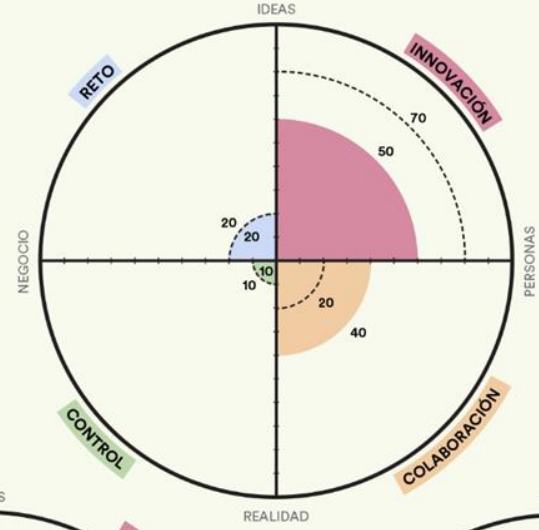




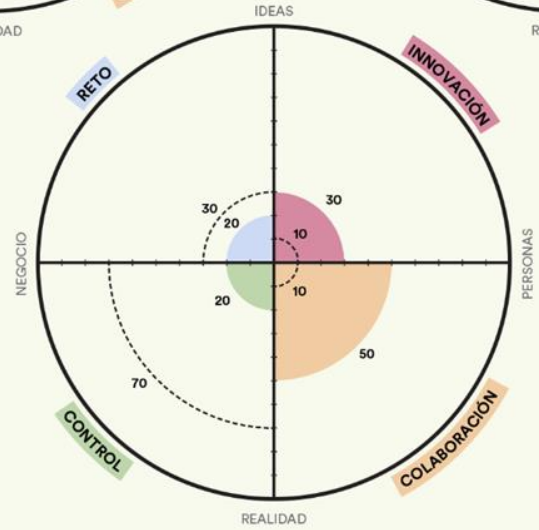
	Actual	Ideal
RETO	90	60
INNOVACIÓN	0	20
COLABORACIÓN	10	30
CONTROL	20	10



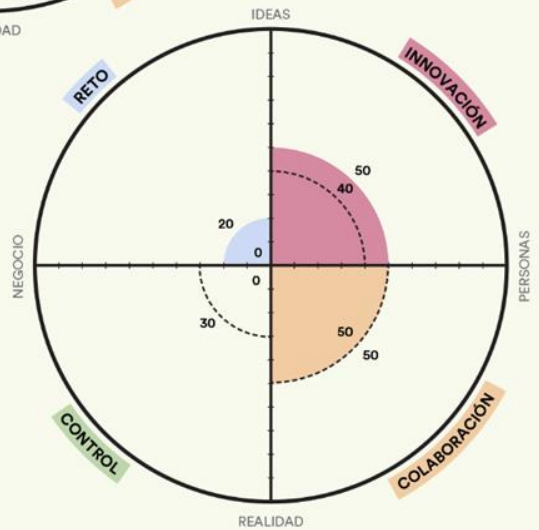
	Actual	Ideal
RETO	20	20
INNOVACIÓN	70	50
COLABORACIÓN	20	40
CONTROL	10	10














	Actual	Ideal
RETO	30	20
INNOVACIÓN	10	30
COLABORACIÓN	10	50
CONTROL	70	20



	Actual	Ideal
RETO	0	20
INNOVACIÓN	40	50
COLABORACIÓN	50	50
CONTROL	30	0



Cultura de RETO

<p>01</p> <p>Fi </p> <p>Filosofía</p>	<p>Busca ser la empresa líder en el sector</p>	<p>06</p> <p>Ci </p> <p>Comunicación Interna</p>	<p>Centra la comunicación en transmitir estrategias</p>	<p>07</p> <p>Ta </p> <p>Talento</p>	<p>Busca talento que logre objetivos</p>	<p>11</p> <p>Ri </p> <p>Ritos</p>	<p>Celebra los éxitos del negocio</p>
<p>09</p> <p>Et </p> <p>Ética</p>	<p>Es intolerante con las faltas éticas</p>	<p>10</p> <p>Ar </p> <p>Artefactos</p>	<p>Cuenta con las herramientas más caras</p>	<p>05</p> <p>In </p> <p>Inducción</p>	<p>Reta a los nuevos a aprender de su jefe</p>	<p>12</p> <p>Eb </p> <p>Employer Branding</p>	<p>Evoluciona la marca para mantener la admiración</p>
<p>08</p> <p>Re </p> <p>Reconocimiento</p>	<p>Premia a los más productivos</p>	<p>04</p> <p>Hi </p> <p>Historias</p>	<p>Cuenta leyendas de acontecimientos épicos</p>	<p>02</p> <p>Li </p> <p>Liderazgo</p>	<p>Sus líderes son exigentes y compiten entre sí</p>	<p>03</p> <p>Es </p> <p>Espacios</p>	<p>El espacio se adapta y evoluciona para mejorar la productividad</p>

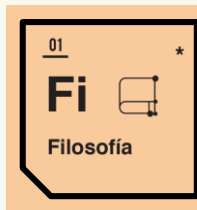
#SerElMejor

Cultura de INNOVACIÓN

<p>01 * Fi  Filosofía</p>	<p>Es la más creativa del sector</p>	<p>06 * Ci  Comunicación Interna</p>	<p>Centra en la comunicación en el futuro de la organización</p>	<p>07 * Ta  Talento</p>	<p>Busca talento que cuestione el sistema</p>	<p>11 * Ri  Ritos</p>	<p>Celebra para motivar a la gente</p>
<p>09 * Et  Ética</p>	<p>Retroalimenta y capacita a los que fallan éticamente</p>	<p>10 * Ar  Artefactos</p>	<p>Cuenta con las herramientas más cool</p>	<p>05 * In  Inducción</p>	<p>Inspira a los nuevos con un trabajo y lúdico y divertir</p>	<p>12 * Eb  Employer Branding</p>	<p>Se apasiona por sus marcas</p>
<p>08 * Re  Reconocimiento</p>	<p>Premia las ideas</p>	<p>04 * Hi  Historias</p>	<p>Cuenta historias de los héroes</p>	<p>02 * Li  Liderazgo</p>	<p>Cuenta con líderes cuestionadores y soñadores</p>	<p>03 * Es  Espacios</p>	<p>Los espacios son disruptivos y modernos</p>

#TenemosUnSueño

Cultura de COLABORACIÓN



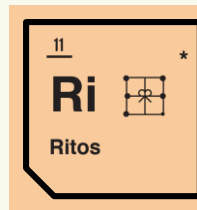
Es el mejor lugar para trabajar



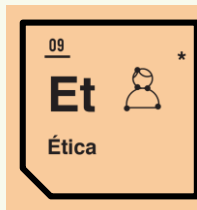
Centra la comunicación en las necesidades de la audiencia



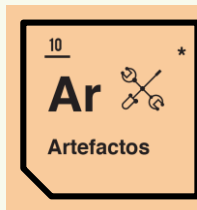
Busca talento que trabaje equipo



Celebra la vivencia de los valores



Ante un conflicto ético busca en la conciliación y el coaching



Cuenta con herramientas sustentables



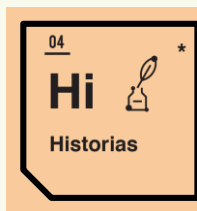
Hace sentir a los nuevos como miembros de la familia



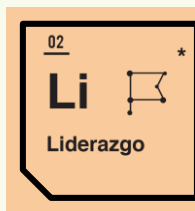
Se identifica con la tradición de la marca



Premia la vivencia de la cultura



Cuenta historias de héroes contra villanos




Sus líderes son cercanos y sociales



Los espacios fomentan el diálogo y el trabajo en equipo

#JuntosPodemos


Cultura de CONTROL

01 *
Fi 
Filosofía


Cuenta con los mejores productos y servicios

06 *
Ci 
Comunicación Interna


La comunicación se centra en las normas y seguimiento a KPI's

07 *
Ta 
Talento


Busca talento que ejecute a la perfección

11 *
Ri 
Ritos

Celebra el logro de utilidades del negocio

09 *
Et 
Ética

Combate a los corruptos a través de la denuncia

10 *
Ar 
Artefactos

Cuenta con herramientas durables y de status

05 *
In 
Inducción


Los nuevos practican en un simulador

12 *
Eb 
Employer Branding


Siento orgullo por su marca

08 *
Re 
Reconocimiento


Reconoce al empleado del mes

04 *
Hi 
Historias

Cuenta historias del fundador

02 *
Li 
Liderazgo

Sus líderes son trabajadores y confiables

03 *
Es 
Espacios

El espacio busca primordialmente la funcionalidad

#LaConfianzaSeGana



Tabla de Engagement

	12 Embajador							11 Celebración	2 Liderazgo	9 Ética
	Orgullo	6 Comunicación	8 Reconocimiento	7 Felicidad	5 Pertinencia	1 Propósito	4 Historias	Cumpleaños	Integridad	Reglas
Identificación	Medios	Retroalimentación	Motivación	Bienvenida	Metas	Memoria	Convivencias	Diversidad	Legal	
Satisfacción	Experiencias	Premiación	Balance vida	Inducción	Sueños	Positivo	Aniversario	Relación Interpersonal	Responsabilidad Social	
Follower	Escucha	Promoción	Formación	Adaptación	Valores	Negativo	Cambios	Desempeño	Canal de Denuncia	
Recomendación	Social Media	Plan de Carrera	Bienestar	Comunidad	Creencias	Leyendas	Cierre de Ciclos	Servant Leadership	Solución conflictos	
	Empatía	Remuneración	Reto	Compañerismo	Expectativas	Héroes				
	3 Espacios									
	10 Herramientas									



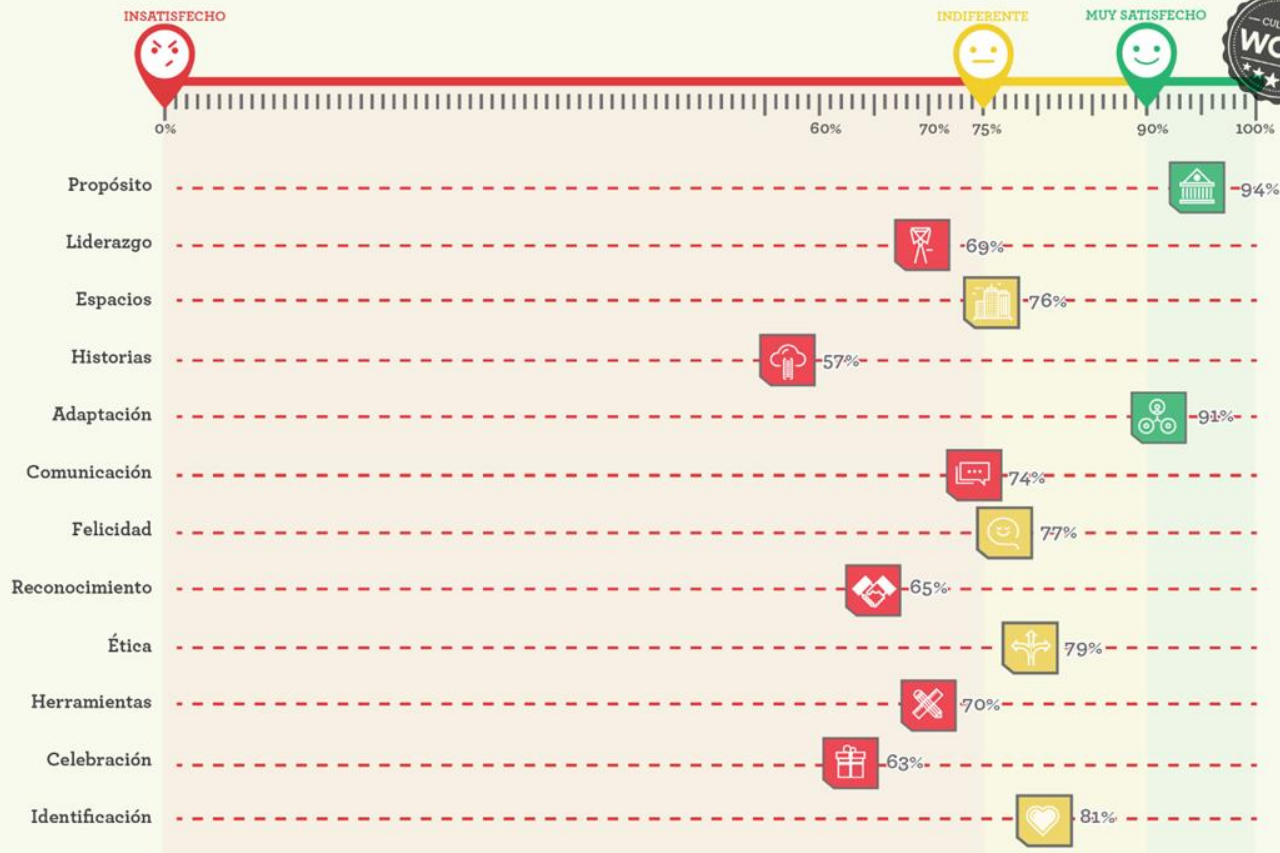
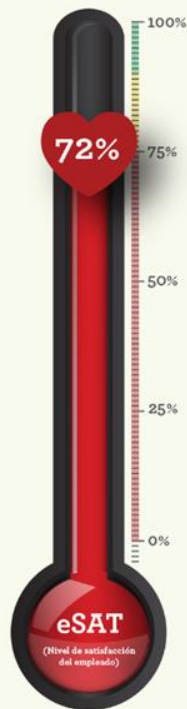
CULTURE DESIGN LAB

Valor **05.03** Componente

Eg Símbolo

Engagement Descripción

I ♥ MY WORK



FORTALEZAS



DEBILIDADES

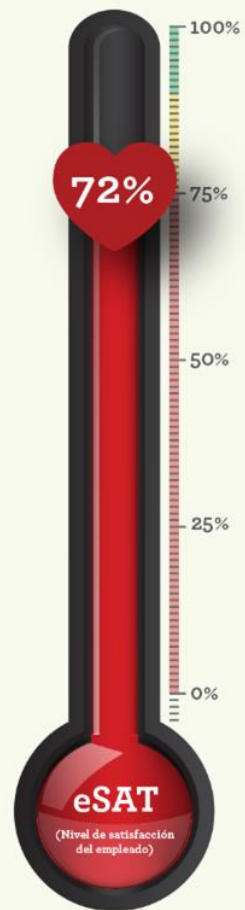


Utopía

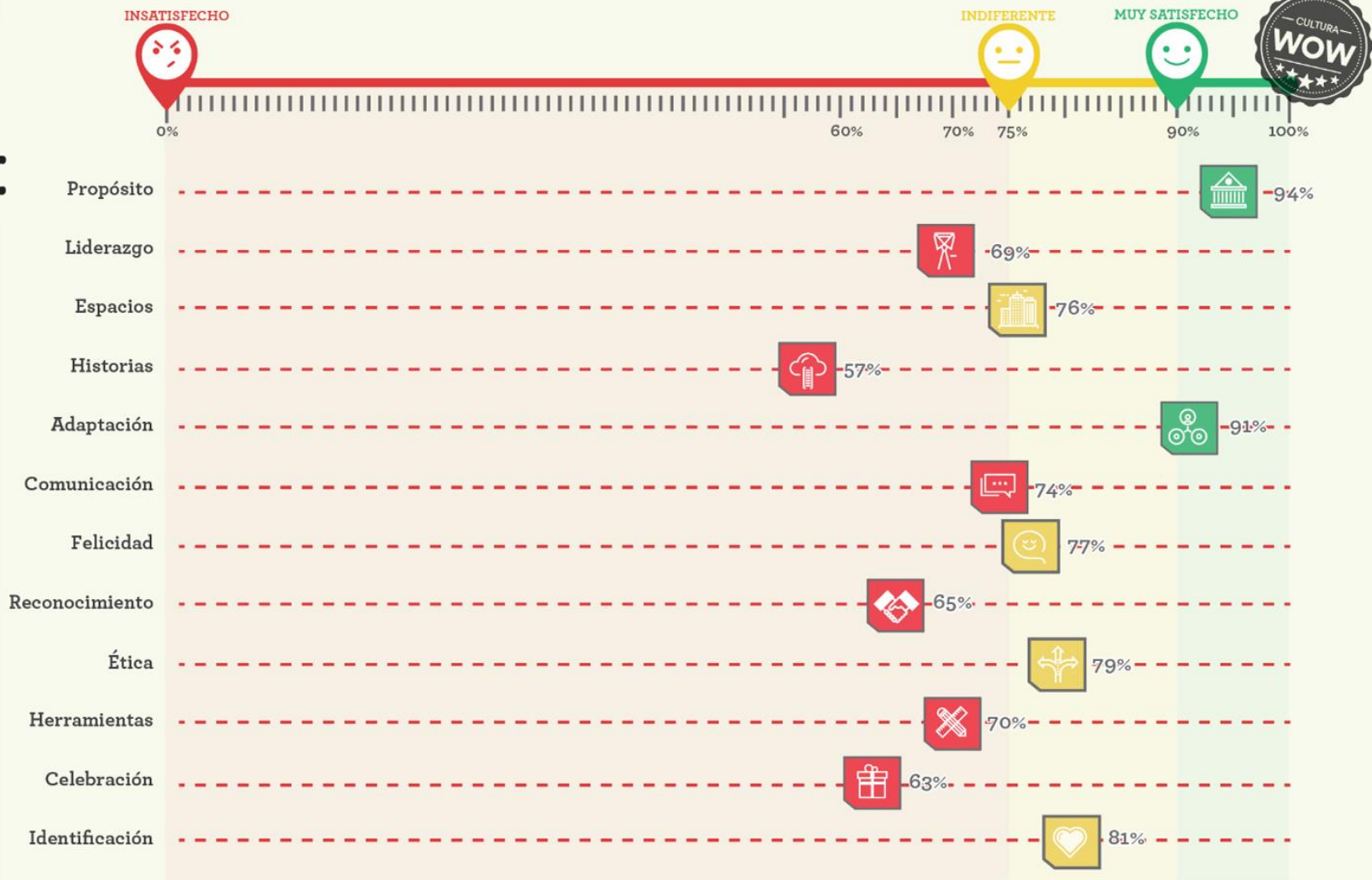
Fecha: Abril 2021
 Tipo de cultura: Reto
 Cómo se identifican con la Cultura de la organización: Colaborativa
 Universo: 9942



I 
MY
WORK



I ♥ MY WORK



FORTALEZAS



Identificación



Libertad



Propósito



Adaptación



Felicidad

DEBILIDADES



Historias



Celebración



Reconocimiento



Liderazgo



Herramientas

FICHA TÉCNICA

Utopía

Fecha: **Abril 2021**

Tipo de cultura: **Reto**

Cómo se identifican con la

Cultura de la organización: **Colaborativa**

Universo: **9942**



Great
Place
To
Work®

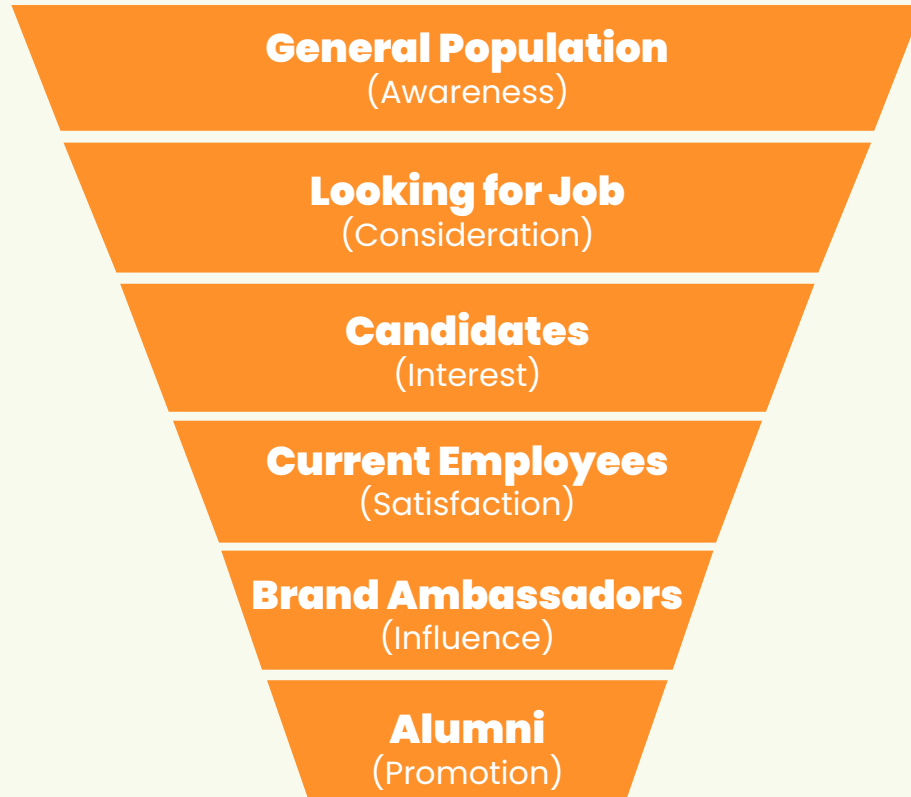
Certified
B
Corporation

ESR
EMPRESAS
SOCIALMENTE
RESPONSABLES

top
EMPLOYER
MEXICO
MEXICO
2021
CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS

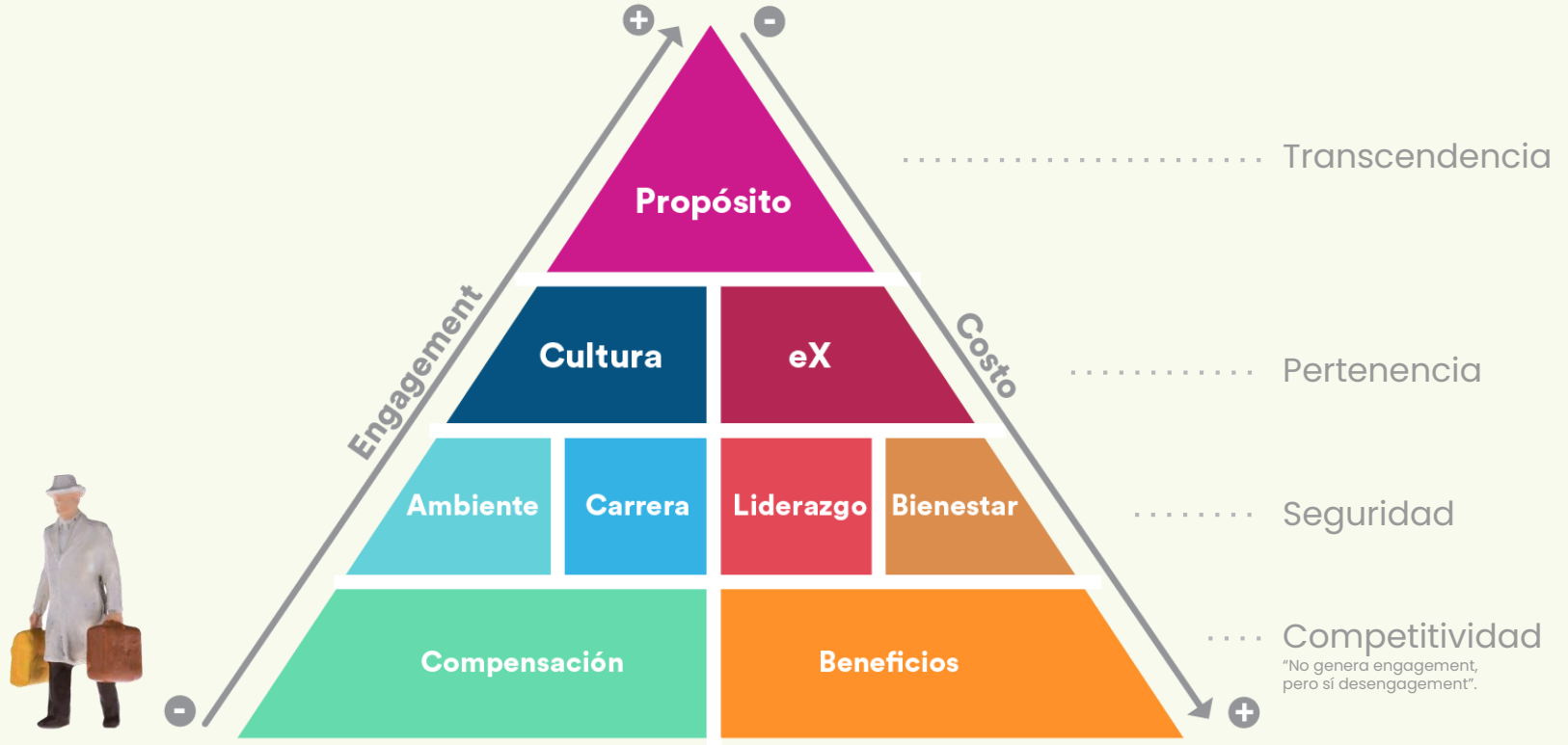


Company Brand Health Analysis



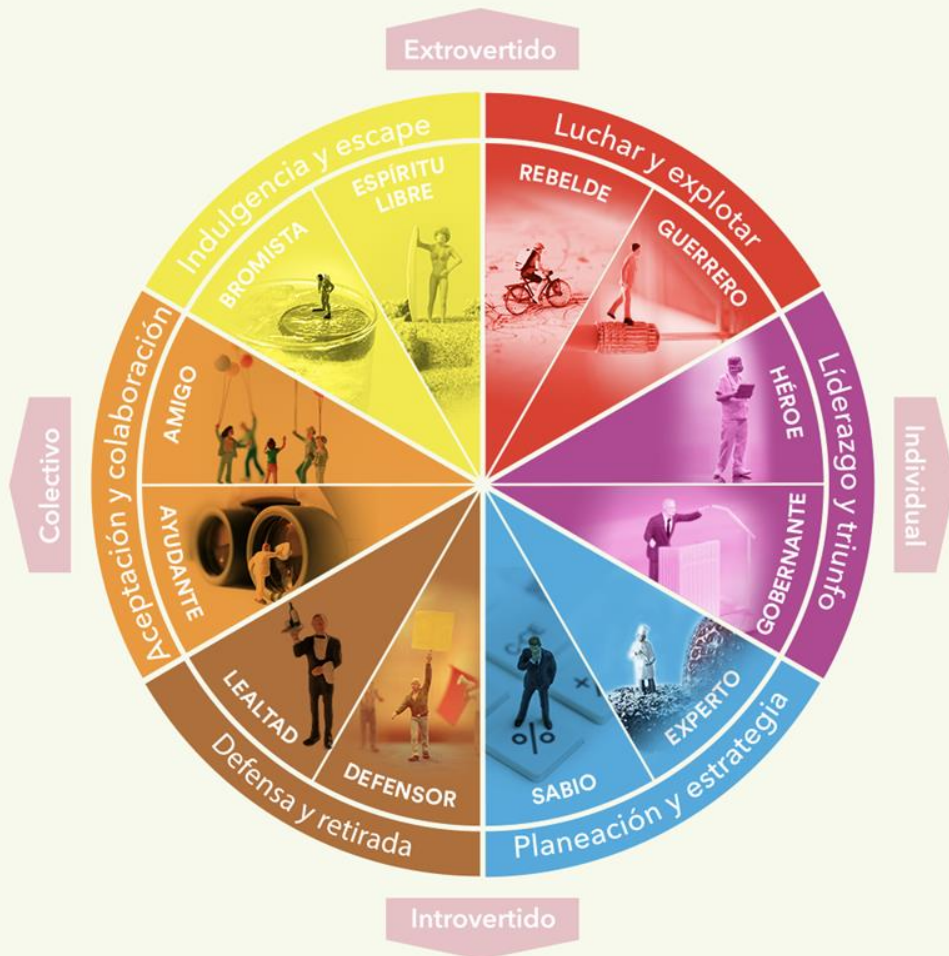
Cuanto menor sea la conexión emocional, mayor será el costo de mantener al empleado.

Dr Do.



Arquetipos Liderazgo

Carl Jung



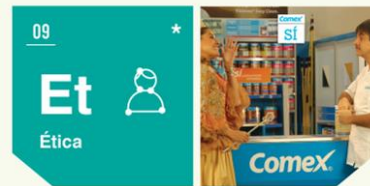
Casos de éxito



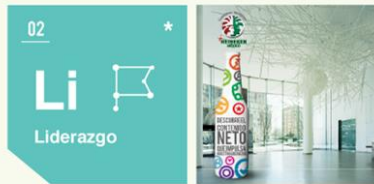
Rediseño y comunicación de la filosofía de Kellogg's centrado en el Grrran Propósito, al convertirse en una empresa multicategoría.



Capacitación transmedia a través de un docu-drama (23 episodios) para cambiar radicalmente la integración de nuevos cajeros, avalada por la CNBV. Reducción de niveles de rotación en el personal.



Activación interna y externa de la promesa de marca: Sí, Soluciones Ilimitadas. A través 12 videos más una fotovideola por episodio, formar en Ética: lo correcto, lo adecuado y lo ueno en una tienda Comex según SIMÓN, con la colaboración de Eugenio Derbéz y Gailela Montijo.



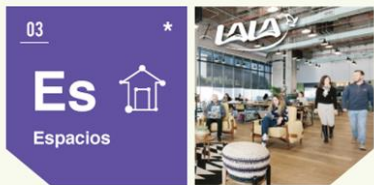
Formación de líderes y comunicación de los DRIVERS culturales con contenido NETO, para la Transformación de la nueva cultura, derivada de la compra de Cervecería Cuauhtemoc Moctezuma por Heineken.



Diseño y comunicación de la Miniso Experience (ME). Conectando la experiencia del empleado (eX) con la experiencia del cliente (cX)



Diseño de un kit Ethicards, con dilemas éticos para fomentar la reflexión ética a través de casos reales de ética en la empresa. Dajo la promesa de marca: sense & simplicity.



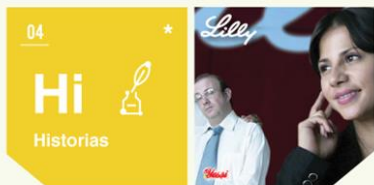
Comunicación y acompañamiento del proceso de Change Management del cambio de oficinas, del corporativo a WeWork (coworking), fomentando el engagemet: Lalala, la alegría de trabajar en Lala.



Formación de perfiles de alto potencial, integrando las competencias FEMSA con Experiencias de Aprendizaje disruptivas y memorables para crear líderes inteligentes racional y emocionalmente.



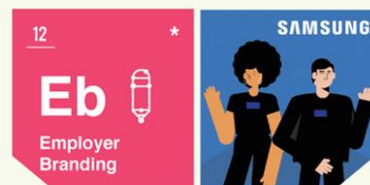
Reforzamiento racional y emocional del Credo de Johnson & Johnson. Se trabajó a partir de un ritual con canciones de Mariachi modificadas e interpretadas por todos sus colaboradores el Día del Credo.



Historias de diversidad en Lilly transformadas en una serie televisiva para capacitar y sensibilizar en diversidad, equidad e inclusión. Yessy fue ganadora del premio AMCO.



Diseñar el sitema y ritual de reconocimiento a las personas 3/3 (desempeño y vivencia de los valores). Basándonos en el storytelling del fundador Henri Nestlé para quien lo extraordinario es más que una palabra, ¡Gracias!



Creación del nuevo ADN Comercial: SMART Thinking. Creando dos personajes Sam y Sun, que se encargan de la atracción, evaluación, onboarding y Desarrollo de la Fuerza Comercial en la SMART Academy.



Las culturas no son ni buenas ni malas, sin embargo pueden ser funcionales o disfuncionales con respecto a la estrategia de la organización.



+52 55 2566 8436

Dr Do.