

FINALIDAD DE LA INTERVENCIÓN EN LA IDENTIDAD CORPORATIVA

Responder a las preguntas:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Cómo somos?
- ¿Qué hacemos? / ¿Para qué lo hacemos? / ¿Cómo lo hacemos?
- ¿Dónde estamos?
- ¿Hacia dónde queremos ir?
- ¿Para qué queremos ir hacia allí?
- ¿Cómo queremos ir? / ¿Cómo queremos llegar? / ¿Con qué principios?

¿QUÉ SE PUEDE OBTENER DE ESTA INTERVENCIÓN?

Atributos de la gestión y la dirección:

- Identificar los elementos culturales y valores de la organización real
- Dirección de líneas estratégicas de mejora de toda la organización
- Comprobar el grado de calado de la cultura corporativa en las prácticas de las personas de la empresa
- Rentabilizar los procesos y las políticas
- Posibilidad de alinear la estrategia de la empresa hacia el futuro
- Identificar fuentes de motivación para el personal
- Detectar información para la toma de decisiones correctivas o preventivas
- Diagnóstico para enfocar cambios estratégicos
- Un mapa para optimizar la productividad y ganar competitividad

FASE I:

COORDINACIÓN DEL PROYECTO

Responsabilidades Estratificación
Pre-análisis de la organización

FASE II:

DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Diseño del cuestionario
Estructura del *focus group*
Mapa de investigación

FASE III:

DESARROLLO DEL ESTUDIO

Aplicación del cuestionario
Realización de los *focus group*
Observaciones Estudio de la organización
Explotación de los datos recogidos

FASE IV:

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Presentación
Entrega del informe final



¿QUIÉN PARTICIPA?

La investigación recopilará **información de carácter multidimensional**, y se efectuará de manera transversal en las diferentes áreas y niveles de la organización:

- Dirección
- Áreas de negocio
- Comercial
- Logística y operaciones
- Recursos Humanos

Las variables miden los **aspectos esenciales, pero no visibles**:

- Valores, creencias, percepciones básicas.
- Manifestaciones en las organizaciones a través de sus procedimientos, sistemas de gestión, flujos de comunicación, estilos de liderazgo, escenarios de trabajo, perfiles profesionales.
- Aspectos socio psicológicos a nivel individual y grupal, etcétera.

Se tiene que establecer el universo del estudio y determinar la muestra con la que trabajar.

METODOLOGÍA

Método: la muestra será aleatoria, y se les comunicará el procedimiento para responder al cuestionario de diagnóstico organizacional y/o de participación en *los focus group*.

Instrumentos:

- Cuestionario de investigación diseñado a medida de la empresa
- Diseño del *focus group*
- Observaciones *in situ*

Oficina central Barcelona:

Tel. +34933220211 • Fax +34934104008

Delegación Madrid: Tel. +34914030519

info@grup-pitagora.com • <http://www.grup-pitagora.com>



grupitadora

Consultoría en Recursos Humanos y Formación