

ATIVIDADE DE REVISÃO - GABARITO

Cenário e problema de pesquisa

O Grupo SEB do Brasil é uma empresa detentora de várias marcas líderes de mercado, que passou por processos de aquisições empresariais. Entretanto, a organização não desenvolveu um programa para a condução dos processos de aquisição, o que implica na falta de conhecimento sobre o Grupo SEB do Brasil por seus colaboradores.

O público interno é primordial no processo de formação de imagem organizacional. Em especial no caso do Grupo SEB, que pretende se posicionar como inovador, os funcionários serão responsáveis pela associação do atributo à imagem da empresa diante dos demais públicos.

Os funcionários são parte integrante da identidade da empresa e sua percepção e entendimento corretos são essenciais para a formação de uma imagem institucional positiva. No entanto, a estratégia de negócios do Grupo SEB do Brasil tem foco na gestão das marcas, em detrimento à gestão da imagem institucional. A estratégia dificulta a construção da identidade, pois não estabelece atributos e conceitos ligados ao Grupo e sim às distintas unidades de negócio que o compõe, tornando difícil a identificação de uma unidade na identidade da empresa por seus funcionários. Por isso, estruturar e unificar as linguagens perante seus colaboradores é de extrema importância.

Para tanto, conhecer a relacionamento estabelecido pelos funcionários com a empresa, o envolvimento com a cultura, bem como a imagem organizacional percebida por este público contribuirá para o direcionamento de ações assertivas no planejamento de Comunicação.

Com base nas informações dadas:

- a) Defina e categorize os objetivos da pesquisa.

Objetivo Geral:

- Conhecer a imagem percebida do Grupo SEB pelos colaboradores.

Objetivos Específicos:

- Identificar os traços de identidade corporativa do Grupo SEB conhecidos pelos colaboradores do Brasil.
- Conhecer a opinião dos funcionários sobre seu relacionamento com a organização.
- Levantar a avaliação dos colaboradores sobre redes, fluxos e canais de comunicação.

- b) Estabeleça as hipóteses do estudo.

- A imagem percebida pelos colaboradores difere conforme a unidade de negócio em que trabalham.
- Os colaboradores possuem afinidade com as marcas que representam sua empresa, ocasionando uma falta de unidade na percepção da identidade corporativa.
- Os colaboradores não compartilham dos valores da empresa não se sentindo parte do Grupo SEB do Brasil.
- A comunicação descentralizada dificulta o conhecimento das atividades corporativas do Grupo, gerando entre os funcionários demanda por pautas sobre o negócio.