



Actualización al Consejo de Administración:

Programa de Alineación Cultural Grupo Coomeva

Agosto 2014

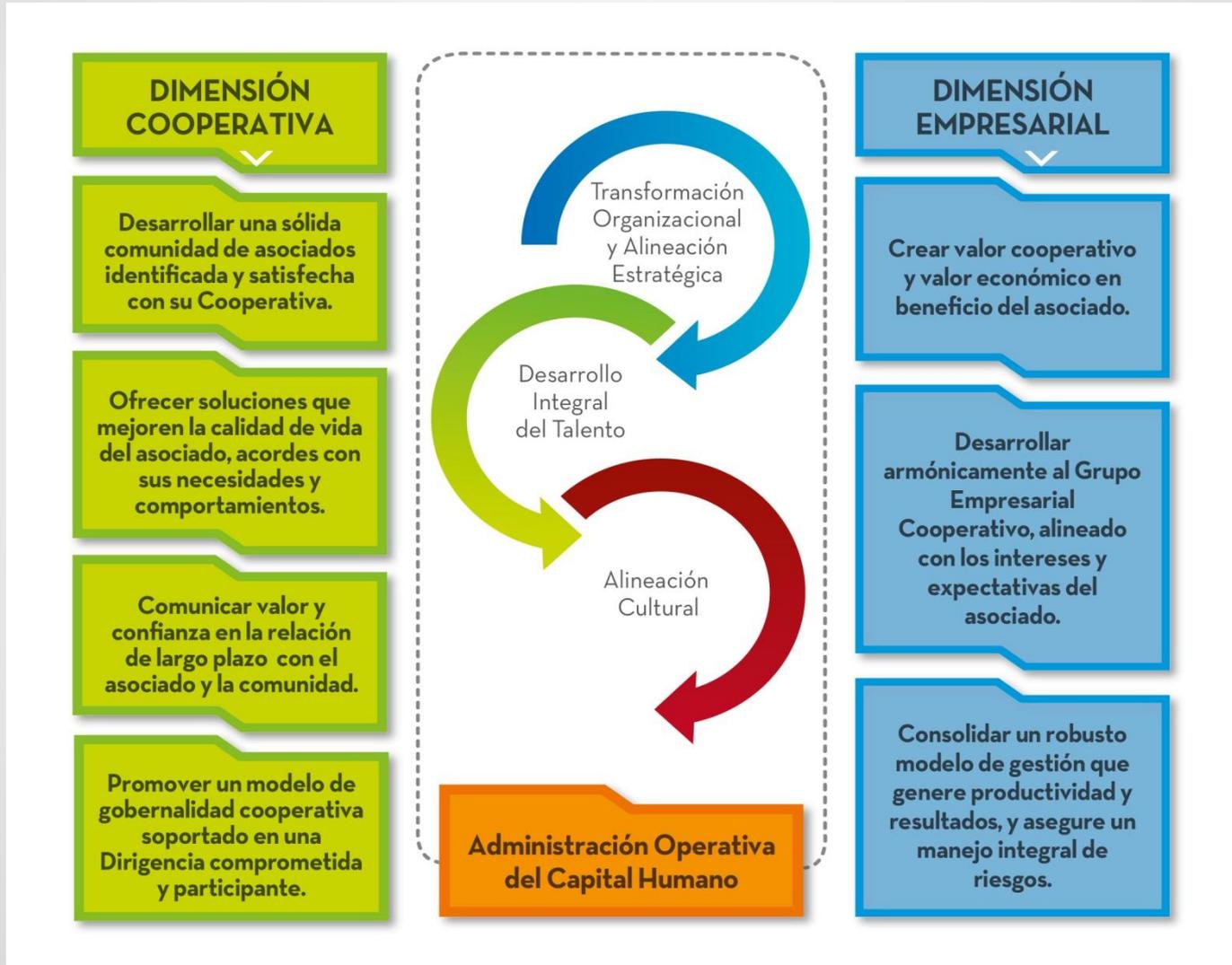


Contenido

1. Contexto: Direccionamiento Gestión Humana
2. Cultura: Definición y Objetivo
3. Medición Cultural basado en valores
4. Homologación de Valores a Comportamientos para la nueva Cultura.
5. Modelo Cultural 2015 a 2019 y sus componentes.
6. Principales Intervenciones para Alinear la Cultura
7. Mapeo Estratégico: 4 Focos y actividades detalladas
8. Próximos Lanzamientos
9. Conclusiones



Direccionamiento Estratégico de Gestión Humana en Relación al D.E. Corporativo





Ejes Estratégicos de Gestión Humana



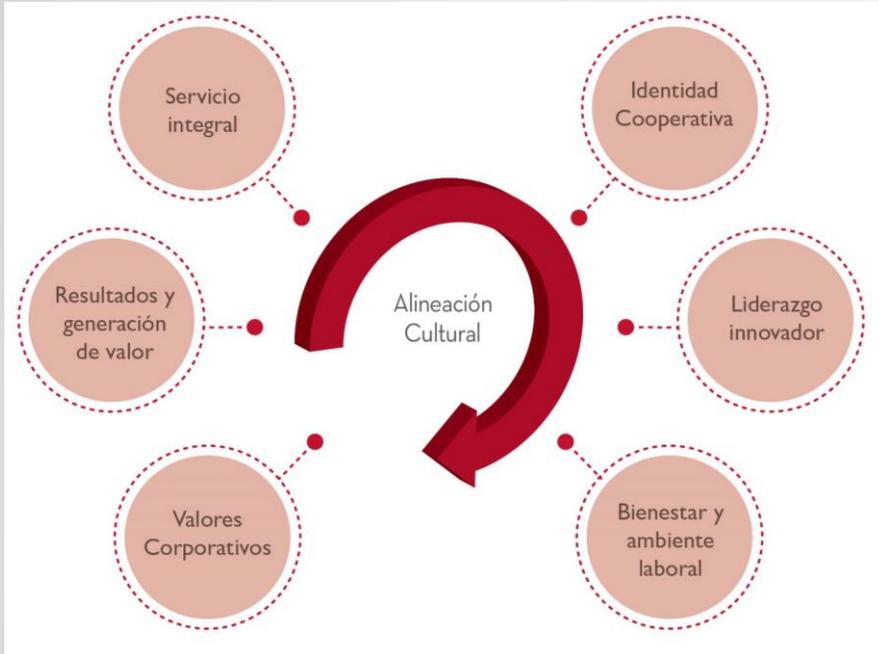
Desarrollar modelos de gestión de colaboradores que generen un impacto directo y medible en la ejecución de la estrategia empresarial y de resultados extraordinarios, con innovación, simplicidad y calidez.

Enfocar iniciativas en el modelo de desarrollo centrado en el ser y las habilidades de liderazgo innovador en conexión con el modelo de cultura.





Ejes Estratégicos de Gestión Humana



Enfocar iniciativas en el modelo de desarrollo centrado en el ser y las habilidades de liderazgo innovador en conexión con el modelo de cultura.

Implementar modelo cultural logrando impacto y diferenciación frente al mercado y distinguido a nivel interno por ser un aporte fundamental para el logro de la estrategia.





¿Qué es Cultura en Coomeva?

Definimos cultura como todas aquellas **creencias, sentimientos y actitudes compartidas** (positivas o negativas) **que llevan a los colaboradores a comportarse de una forma determinada**, y **que condicionan** aspectos como la toma de decisiones, las interacciones entre las personas, la prestación del servicio, y **afecta la contribución personal y la generación de valor económico y social de Coomeva**. Igualmente, hacemos referencia a la alineación frente a ese propósito de los procesos y tecnologías que habilitan esas creencias, actitudes y comportamientos.





El objetivo de intervenir en el tema cultura es:

Una Cultura organizacional centrada en el asociado, enfocada en resultados y creación de valor, donde el servicio se convierte en un diferenciador ó ventaja competitiva de la estrategia.



Medición Cultural Basado en Valores





Medición Cultural Basado en Valores

Basados en los valores corporativos definidos por el Consejo de Administración y sus respectivos comportamientos, se revisaron todos los posibles insumos de medición de los cuales la organización dispone en los últimos años, que servirían para demostrar el arraigo y el grado de coherencia en la practica de hábitos aceptados.

De esta manera se pudo observar con mayor detalle, los comportamientos en los que Coomeva quiere enfocarse para lograr “una Cultura organizacional centrada en el asociado, enfocada en resultados y creación de valor, donde el servicio se convierte en un diferenciador o ventaja competitiva de la estrategia”.



Inteligencia
Innovación



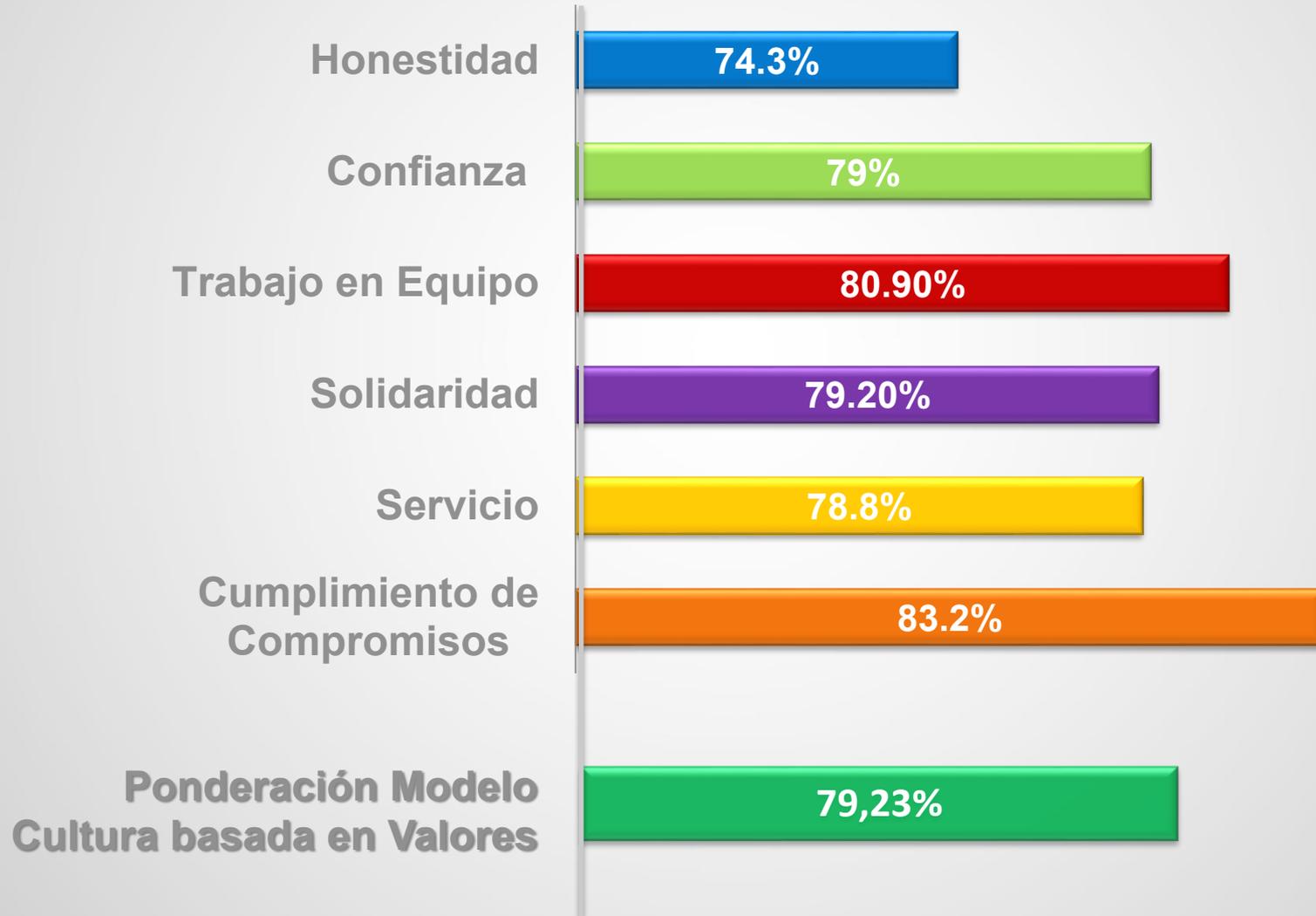
Pasión



Capacidad



Resultados Ponderados Medición Cultura en Coomeva basada en Valores Corporativos





Medición de la cultura en el GECC

MEDICIÓN DEL VALOR : CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS

Respondemos efectivamente a los compromisos adquiridos y a los resultados esperados.

Cumplimiento de Compromisos

83,2%

MEDICIÓN DEL VALOR CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS				
Insumo	Factor	Pond x factor	Resultado x factor	Resultado Pond
Medición de Ambiente Laboral (GPTW) 2013	Orgullo por el trabajo personal	40%	90,0	36,0
Modelo de Liderazgo y Competencias 2013	Pensamiento y ejecución estratégica	15%	87,6	13,1
	Orientación al logro	15%	84,5	12,7
Diagnóstico de Cultura 2012	Competitividad Externa	5%	69,5	3,5
	Orientación a hacer las cosas	5%	73,0	3,7
	Responsabilidad	5%	74,3	3,7
	Riesgo	5%	75,3	3,8
	Seguimiento a las reglas	5%	69,8	3,5
	Niveles de formalización	5%	65,5	3,3
				83,2%



Medición de la cultura en el GECC

MEDICIÓN DEL VALOR : **TRABAJO EN EQUIPO**

Actuamos comprometidos y aportamos al propósito común del equipo para el logro de los resultados, construyendo y manteniendo el respeto por los grupos de interés.

Trabajo en Equipo

80,90%

MEDICIÓN DEL VALOR TRABAJO EN EQUIPO				
Insumo	Detalle	Pond x factor	Resultado x factor	Resultado Pond
Medición de Ambiente Laboral (GPTW) 2013	Participación	8%	73,0	5,8
	Fraternidad	8%	82,0	6,6
	Hospitalidad	8%	84,0	6,7
	Sentido de equipo	8%	79,0	6,3
	Orgullo del equipo	8%	87,0	7,0
Modelo de Liderazgo y Competencias 2013	Aprendizaje y desarrollo	10%	92,4	9,2
	Liderazgo	10%	82,8	8,3
	Trabajo en Equipo	10%	88,3	8,8
Diagnóstico de Cultura 2012	Objetivos Compartidos	7%	77,5	5,4
	Trabajo en Equipo	8%	69,5	5,6
	Apoyo para el logro de Metas	8%	76,3	6,1
	Aprendizaje de Habilidades	7%	73,0	5,1
				80,90%



Medición de la cultura en el GECC

MEDICIÓN DEL VALOR : SOLIDARIDAD

Demostramos interés unos por otros y aportamos soluciones para satisfacer las necesidades y los retos comunes.

Solidaridad

79,20%

MEDICIÓN DEL VALOR SOLIDARIDAD				
Insumo	Factor	Pond x factor	Resultado x factor	Resultado Pond
Medición de Ambiente Laboral (GPTW) 2013	Comunicación	14%	84,0	11,8
	Apoyo	13%	78,0	10,1
	Cuidado	13%	74,0	9,6
Modelo de Liderazgo y Competencias 2013	Comunicación Directa	30%	86,7	26,0
Diagnóstico de Cultura 2012	Cambio en la Organización	30%	72,3	21,7
				79,20%



Medición de la cultura en el GECC

MEDICIÓN DEL VALOR : CONFIANZA

Construimos y generamos sentimiento de credibilidad en todas nuestras actuaciones con los grupos de interés, lo cual permite mantener relaciones sólidas y duraderas.

Confianza

79%

MEDICIÓN DEL VALOR CONFIANZA				
Insumo	Factor	Pond x factor	Resultado x factor	Resultado Pond
Medición de Ambiente Laboral (GPTW)	Competencia	30%	79,0	23,7
	Orgullo de la empresa	30%	89,0	26,7
Diagnóstico de Cultura	Autonomía	10%	71,3	7,1
	Compromiso	10%	68,5	6,9
	Confianza	10%	72,5	7,3
	Niveles de Control	10%	73,8	7,4
				79%



Medición de la cultura en el GECC

MEDICIÓN DEL VALOR : **SERVICIO**

Superamos las expectativas de servicio, brindando respuestas oportunas y generando ambientes de tranquilidad y fidelidad.

Servicio

78,8%

MEDICIÓN DEL VALOR SERVICIO				
Insumo	Factor	Pond x factor	Resultado x factor	Resultado Pond
Modelo de Liderazgo y Competencias	Pensamiento innovador	15%	93,0	14,0
	Orientación al cliente	15%	90,4	13,6
Medición de Servicio	Resultado Total	40%	73,2	29,3
Diagnóstico de Cultura	Enfoque en el Cliente	8%	70,5	5,3
	Calidad en la Organización	8%	74,8	5,6
	Innovación	8%	72,0	5,4
	Procesos	8%	76,3	5,7
				78,8%



Medición de la cultura en el GECC

MEDICIÓN DEL VALOR : HONESTIDAD

Somos coherentes con el pensar, decir y actuar, enmarcados dentro de la ética , los principios y los valores organizacionales.

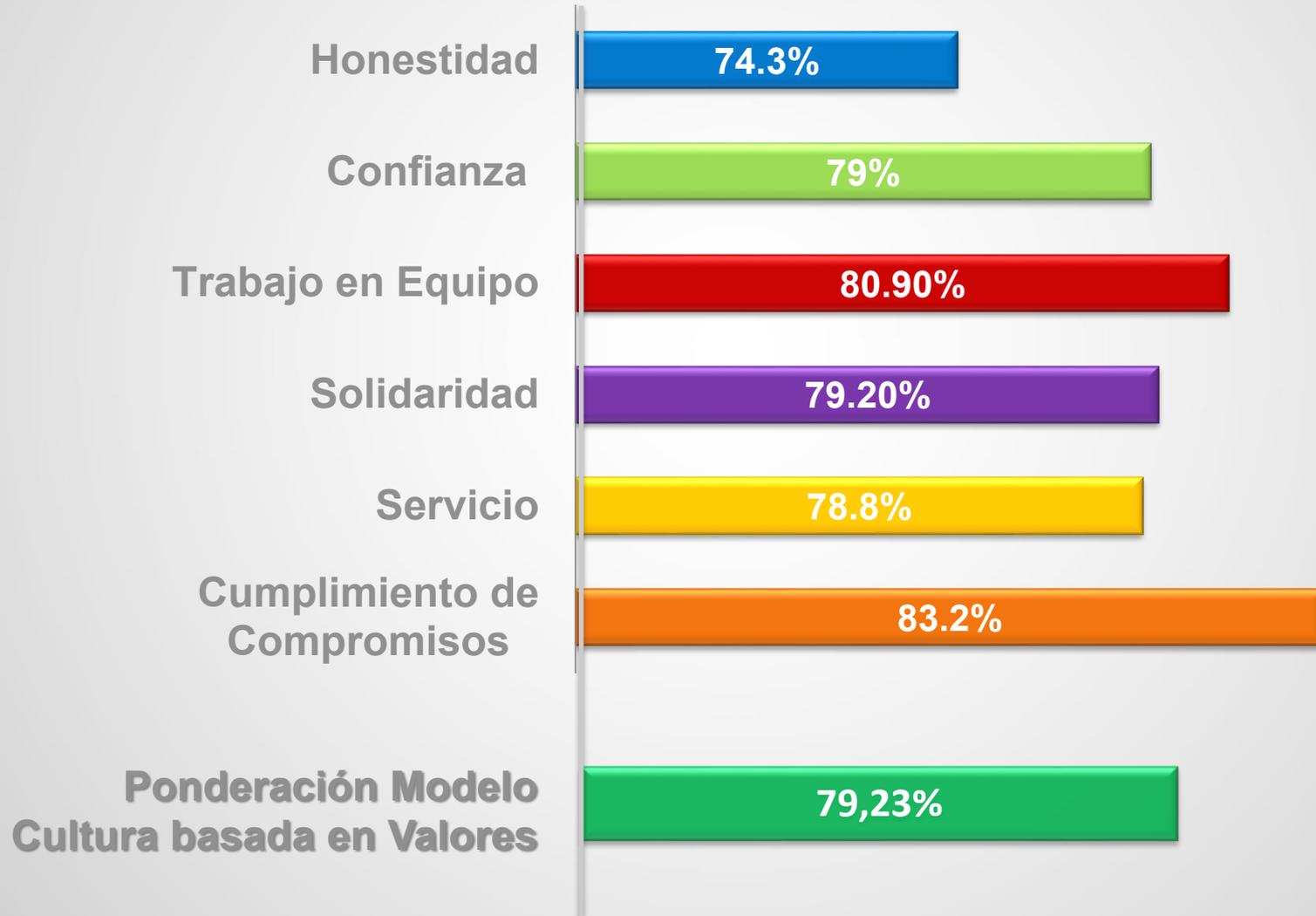
Honestidad

74,3%

MEDICIÓN DEL VALOR HONESTIDAD				
Insumo	Factor	Pond x factor	Resultado x factor	Resultado Pond
Medición de Ambiente Laboral (GPTW)	Integridad	25%	75,0	18,8
	Equidad	25%	75,0	18,8
	Ausencia de favoritismo	25%	61,0	15,3
	Justicia	25%	86,0	21,5
				74,3%



Resultados Ponderados Medición Cultura en Coomeva basada en Valores Corporativos





... Según la medición anterior y según las prioridades estratégicas a 2019...

Mejora sistemática de resultados desde una perspectiva ampliada de valor gracias al mejor desempeño de las empresas del grupo y de la misma Cooperativa.

Capitalizar y potenciar las inversiones y cambios organizacionales que hicimos en 2012 y 2013 y transformarlos en una potente herramienta que conecte las necesidades del asociado con las soluciones que hemos diseñado desde el GECC.

Reagruparnos y enfocarnos en lo esencial, recomponer esfuerzos y generar un cambio de fondo en las dos variables claves de sostenibilidad para la Cooperativa: la satisfacción por el servicio y la generación de resultados.



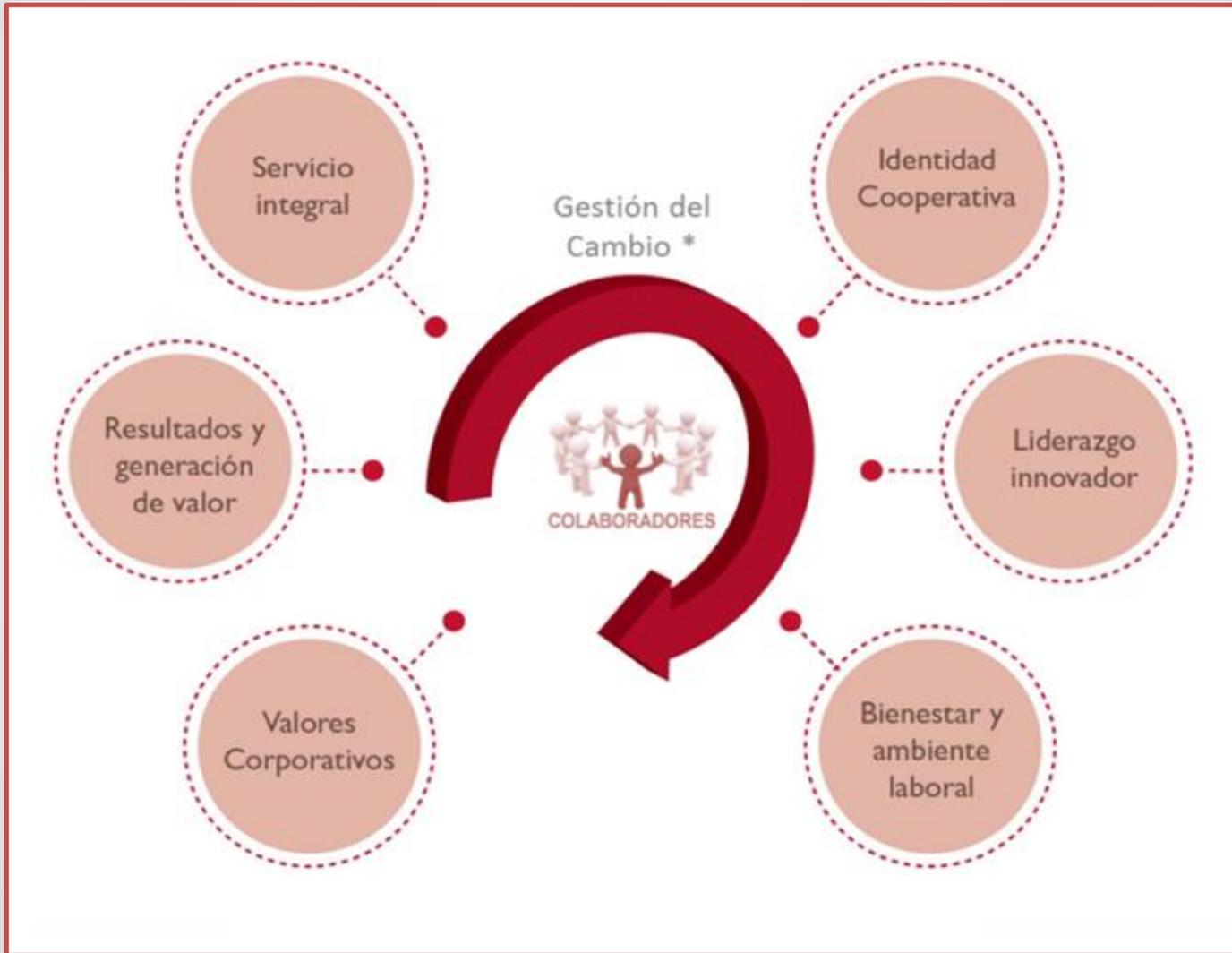


... Homologamos los valores a los nuevos componentes para el modelo Cultural a 2019...





Modelo de Alineación Cultural 2014 - 2019





Modelo de Alineación Cultural

Sus Componentes y Definiciones



Gestión del Cambio: Sensibilizamos y preparamos a la organización para el cambio cultural con el nuevo modelo de gestión, adoptando y aceptando los comportamientos necesarios para el cambio.



Responsabilidad y hacer que las cosas pasen: Nos enfocamos en la ejecución y en los objetivos a alcanzar, demostramos responsabilidad y asumimos nuevos retos, tomando decisiones, eliminando barreras y logrando resultados sobresalientes con un alto nivel de integridad y eficiencia.



Necesidades y Expectativas satisfechas (una Coomeva centrada en el Asociado) : El asociado como el centro de todo nuestro actuar, priorizando la calidad y mejora de la propuesta de servicio y persiguiendo el logro de unos resultados financieros sostenibles, acordes con nuestra potencialidad.



Modelo de Alineación Cultural

Sus Componentes y Definiciones

Identidad
cooperativa

El asociado, nuestra razón de ser y hacer:

Fortalecemos y profundizamos el vínculo emocional del colaborador con la organización incrementando la importancia de nuestros asociados y fortaleciendo el sentido de pertenencia a la cooperativa.

Liderazgo
innovador

Líderes y guías inspiradores: Construimos el compromiso y el futuro de los equipos, alineándonos con la estrategia y la cultura organizacional, impulsándolos y acompañándolos para pensar y hacer las cosas diferentes, obteniendo resultados superiores a los esperados.

Bienestar y
Ambiente
laboral

Tu vida, tu trabajo, nuestro interés: Incidimos positivamente en la calidad de vida del colaborador. Y generamos un ambiente laboral que convierta en Coomeva uno de los mejores lugares para trabajar.

Valores
corporativos

Valemos por lo que somos: Promovemos e incorporamos los comportamientos que nos deben caracterizar en el relacionamiento con nuestros grupos de interés (asociados, usuarios, colaboradores, comunidad).



¿Qué vamos a hacer para seguir el camino de la Alineación Cultural en 2014?

1. Orientado a fortalecer el **Cumplimiento de Compromisos, Resultados y Generación de Valor:**



Modelo de gestión del desempeño: Revisión de indicadores y acompañamiento.



Enlace con Remuneración – Pago por Resultados: RVE y Productividad.



Alineamiento: Comunicación (Grupos Primarios, Encuentros de Liderazgo) y Rendición de Cuentas (Actas de Compromiso).



¿Qué vamos a hacer para seguir el camino de la Alineación Cultural en 2014?

2. Orientado a Centrar la Cultura en el Asociado y el Servicio:



Desarrollo: “Ser” en el front, Conductas de pasión Coomeva y Conocimiento comercial (MVC, CBG y Clínica de Ventas).



Apoyo a iniciativas de Medición de la GEyM (Cliente Oculto, etc).



¿Qué vamos a hacer para seguir el camino de la Alineación Cultural en 2014?

3. Orientado a fomentar los comportamientos y el **liderazgo** adecuados para la nueva Cultura, a través del reconocimiento no monetario (pinos):



Formación en Habilidades Gerenciales.



Reconocimiento por Innovación, Valores, Servicio. Lanzamiento “Reconócame”.



¿Qué vamos a hacer para seguir el camino de la Alineación Cultural en 2014?

4. Rediseñar el proceso de selección para vincular colaboradores alineados con la cultura deseada.

5. Implementar las mejores prácticas de las empresas de referencia para ser un empleador atractivo y uno de los mejores lugares para trabajar en Colombia.



Mapeo Estratégico: 4 Focos hacia la Cultura.

Desde el punto de vista cultural, se ha retomado metodologías externas que enfatizan como condición para la continuidad del cambio cultural, la necesidad de que todas iniciativas serán abordadas desde 4 perspectivas:

- **Sensibilización**, para llevar la información básica a nivel de conocimiento a todos los colaboradores.
- **Adhesión**: Para lograr que los colaboradores quieran vincularse a este cambio y participen por voluntad propia.
- **Pericia**: Para lograr que los nuevos comportamientos sean practicados y aprehendidos por el público objetivo.
- Impacto en **Modelos de Gestión**: Para lograr que los cambios sean permanentes y vinculados a los modelos organizacionales.



Iniciativas – Gestión del Cambio

Componentes de Modelo Cultura	Para qué	Iniciativa	Qué			
			Sensibilización	Pericia	Adhesión	Modelo de Gestión
Gestión del Cambio	Sensibilizar y preparar a la organización para el cambio cultural	Gestión del Cambio	Campaña y Plan de Medios informando constantemente sobre el avance de actividades.	Formación a líderes como agentes de cambio, líderes de opinion, stakeholders.	Gestión de grupos de interes hacia la transformación cultural (Red de agentes de cambio)	<ul style="list-style-type: none"> .Matriz de Identificación y análisis de impacto organizacional. .Segmentación de comunicación .Definir claramente relacionamiento y modelo de gobierno de comunicación interna.



Iniciativas – Resultados y Generación de Valor

Componentes de Modelo Cultura	Para qué	Iniciativa	Qué			
			Sensibilización	Pericia	Adhesión	Modelo de Gestión
Resultados y Generación de Valor	Nos enfocamos en la ejecución y en los objetivos a alcanzar, demostramos responsabilidad y asumimos nuevos retos, tomando decisiones, eliminando barreras y logrando resultados sobresalientes con un alto nivel de integridad y eficiencia.	Evaluación de Desempeño 2014	Plan de Medios orientado a los momentos I, II y III de evaluación de desempeño (slogan: cumplimiento de compromisos)	Ejecución de Planes de Formación en competencias comunes y diferenciadoras, ligados a necesidades detectadas en SAD (estrategia de negocio / marca de liderazgo)	.Lideres con modelos de alineación de objetivos hacia la estrategia (exigencia de uso y consecuencias para el líder) .[Conexión con Pago por Resultados]	.Sistema de Administración de desempeño, calidad y alineación hacia la estrategia .Actualizar modelo de competencias (2015) .Ajustar modelo SAD con curva forzada para alineación de criterios de lideres duros y suaves (2015)
		Reforzamiento de Compromisos	Plan de Medios orientado a Reforzamiento de Compromisos (publicación de documento, e-mailing con los pasos para hacer retroalimentación...) y Grupos Primarios (comportamientos esperados, metodología 123, tips)		Implementar modelo de reconocimiento no monetario para Servicio (modulo Gluky)	Ejecución de Modelo de reforzamiento de compromisos como previo a 'Investigación disciplinaria'
		Grupos Primarios		[Conexión con Equipos de Alto Desempeño - Alta Gerencia y Gerencia Media (módulo de comunicación)]	Implementar Valera de Reconocimiento, a Lideres quienes entregan por comportamientos destacados	.Georeferenciación de grupos y reporte de indicadores de participación en Grupos Primarios (ejecutado/esperado) .Conexión con exigencia de uso y consecuencias para el líder.



Iniciativas – Resultados y Generación de Valor

Componentes de Modelo Cultura	Para qué	Iniciativa	Qué			
			Sensibilización	Pericia	Adhesión	Modelo de Gestión
Resultados y Generación de Valor	Nos enfocamos en la ejecución y en los objetivos a alcanzar, demostramos responsabilidad y asumimos nuevos retos, tomando decisiones, eliminando barreras y logrando resultados sobresalientes con un alto nivel de integridad y eficiencia.	Encuentros de Liderazgo	Plan de Medios orientado a la Comunicación gerencial en doble vía, de temas relevantes	[Conexión con Equipos de Alto Desempeño - Alta Gerencia (<i>Accountability</i>)]	Ejecución del Evento	[Conexión con "Tomandonos un Café" - Actualización de avances en temas relevantes, para colaboraores
		Profundación del Modelo RVE (disminuir la parte corporativa)	.Sesiones explicativas a Lideres sobre el Modelo RVE .Encadenar BI y Gluky		Divulgación de información bimensual de Productividad acercando compromiso en la ejecución al colaborador.	Liquidación de Pago por resultados - RVE.
		Productividad	Curso Virtual para Colaboradores sobre el modelo de Productividad		Divulgación de información bimensual de Productividad acercando compromiso en la ejecución al colaborador.	Liquidación de Pago por resultados - Productividad.
		Agregar Valor a la Estrategia: Ajuste de Perfiles y Procesos, orientados a la Autonomía y Empoderamiento	Plan de Medios orientado a agregar valor a la estrategia, con autonomía y empoderamiento.	Talleres de concientización "Cómo su cargo agrega valor a la estrategia"	Evidenciar y divulgar los nuevos elementos de empoderamiento y autonomía entregados.	Ajuste de Procesos, Relacionamiento y Perfiles generando Autonomía y Empoderamiento



Interacción del Modelo de Servicio y el Modelo Cultural





Iniciativas – Servicio Integral

Componentes de Modelo Cultura	Para qué	Iniciativa	Qué			
			Sensibilización	Pericia	Adhesión	Modelo de Gestión
Servicio Integral	Excedemos las expectativas de nuestros grupos de interés a través de su conocimiento, la iniciativa en el desarrollo de excelentes relaciones y la satisfacción de sus necesidades de manera profunda, acertada y oportuna.	Monitorear necesidades de estructuras y personas	Divulgar modelos de relacionamiento y gobierno	.AVA y PHVA por Proceso .Definir cambios a competencias técnicas y no técnicas, con impacto a mediano y largo plazo en la nueva planeación de la fuerza laboral (2015).		Realizar Planeación de la Fuerza Laboral (planta estándar), comparativos por tipos de cargo (2015).
		Atraer y vincular colaboradores con base en Servicio	Inducir nuevos colaboradores con carácter informativo y emocional, y enfoque en lo mínimo para ubicación en el GECC, Resultados, Servicio e Identidad Cooperativa.	.Entrenar los colaboradores en procesos Core y productos (GECC)	.Resultados de indicadores de servicio .Entregar oportunamente los uniformes del front	.Aplicar la herramienta de identificación de competencia en servicio, para selección o evaluación .Revisión de proceso de selección a la luz de servicio



Iniciativas – Servicio Integral

Componentes de Modelo Cultura	Para qué	Iniciativa	Qué			
			Sensibilización	Pericia	Adhesión	Modelo de Gestión
Servicio Integral	Excedemos las expectativas de nuestros grupos de interés a través de su conocimiento, la iniciativa en el desarrollo de excelentes relaciones y la satisfacción de sus necesidades de manera profunda, acertada y oportuna.	Evaluar y formar colaboradores en Servicio	Instruir en el modelo de servicio, en los protocolos y la importancia del cliente	Formar a los líderes y colaboradores en Competencia de Servicio y Trabajo en equipo	.Certificar la competencia de Servicio [Conexión con pago por productividad basado en desempeño]	Realizar la medición de servicio, con un valor dentro de la evaluación de desempeño.
		Reconocer los comportamientos aceptados, corrección lo no aceptado	Plan de medios sobre servicio	[Conexión con formación integral (Plan de Desarrollo Individual): Ser, Saber y Hacer]	Implementar modelo de reconocimiento no monetario para Servicio (modulo Gluky)	Aplicar con los jefes inmediatos el instructivo de reforzamiento de compromisos
					Comité de Servicio: Actuar reconociendo o corrigiendo los casos que se pongan a disposición	Implementar el comité especial de servicio



Iniciativas – Identidad Cooperativa y Liderazgo Innovador

Componentes de Modelo Cultura	Para qué	Iniciativa	Qué			
			Sensibilización	Pericia	Adhesión	Modelo de Gestión
Identidad Cooperativa	Incrementamos el número y la importancia de nuestros asociados; fortalecemos el sentido de pertenencia y estimulamos la asociación de los colaboradores a la Cooperativa.		Campaña Endomarketing (Yo <3 a Coomeva)	.Taller Inducción Cooperativa .Curso Virtual básico .Taller espíritu Cooperativo	Concurso conocimiento 50 años	KME II - Formaciones virtuales y físicas.
Liderazgo Innovador	Construimos el compromiso y el futuro de los equipos, alineándonos con la estrategia y la cultura organizacional, impulsándolos y acompañándolos para pensar y hacer las cosas diferentes, obteniendo resultados superiores a los esperados.	Apasionados por la Innovación	Campaña de lanzamiento modulo de innovación	Diplomado de innovación (Revisar 2014)	.Implementar modelo de reconocimiento no monetario para Innovación hacia temas que afectan al asociado / usuario (modulo Gluky) .Medir retorno de la inversión	.Incidir en la priorización e implementación de mejoras a procesos y productos con otras áreas de la organización: Procesos, Mercadeo, etc. .Revisar financiación de Colciencias para temas de innovación
		Liderazgo	Plan de Medios para el Eje de Gestión del Talento	Ejecución de Programas de Altos Potenciales, Sucesión y Equipos de Alto Desempeño.	Mediciones de Estilos de Liderazgo, Clima Organizacional y Competencia Gerencial.	.Aseguramiento del Modelo de Liderazgo [Conexión con pago por productividad basado en desempeño]



Iniciativas – Valores Corporativos

Componentes de Modelo Cultura	Para qué	Iniciativa	Qué			
			Sensibilización	Pericia	Adhesión	Modelo de Gestión
Valores Corporativos	Promovemos e incorporamos los comportamientos que nos deben caracterizar en el relacionamiento con nuestros grupos de interés (asociados, usuarios, colaboradores, comunidad).	Apasionados por los Valores	Campaña de lanzamiento modulo de valores		Inventario de iniciativas de las empresas orientadas a los valores	Ejecución de actividades de reconocimiento no monetario ligado a vivencia para valores (plataforma Gluky)



Iniciativas – Bienestar y Ambiente Laboral

Componentes de Modelo Cultura	Para qué	Iniciativa	Qué			
			Sensibilización	Pericia	Adhesión	Modelo de Gestión
Bienestar y Ambiente Laboral	Incidimos positivamente en la calidad de vida del colaborador y logramos que cuente con los elementos que habiliten su tranquilidad y satisfacción personal y profesional.	PBC	Plan de Medios orientados a los factores de Bienestar		Ejecutar las actividades y monitorear la participación / satisfacción en las actividades definidas en el PBC	.Segmentación de Población .Migración a Indicadores de Mejora en la Calidad de Vida.
		Ambiente Laboral	Plan de Medios orientados ser percibidos como una de las Mejores Empresas para trabajar en Colombia	[Conexión con Equipos de Alto Desempeño - Alta Gerencia y Gerencia Media]	Ejecutar los planes de mejora, involucrando a líderes y colaboradores	Monitorear el ambiente laboral (con trazabilidad) como base del trabajo en equipo. [Conexión con "Tomandonos en Café"]
		PAR	Plan de Medios orientados al Programa de Apoyo al Retiro (Fortalecer)		Ejecutar el Plan de Apoyo al Retiro	.Monitorear el número de transiciones realizadas y potencial de ahorro .Medición de Satisfacción con el plan hacia los colaboradores en transición.



**Herramientas de gestión de
Cambio Cultural, listas para
implementación en Agosto.**



Apasionados: Vehículo de Intercambio y reconocimiento

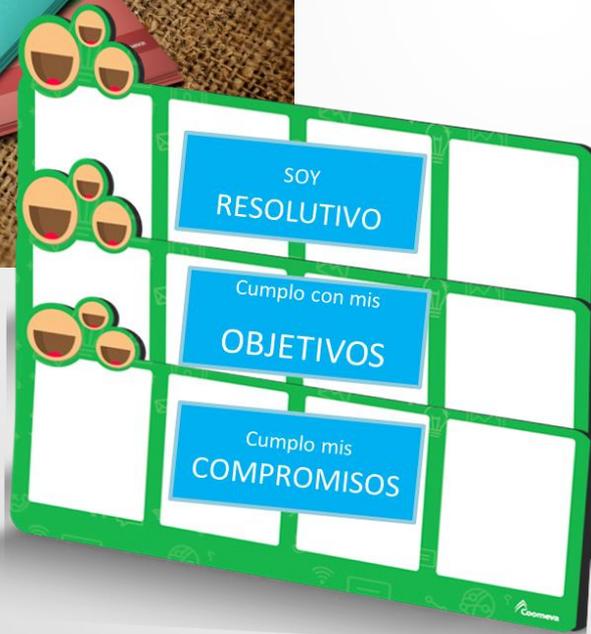
The screenshot shows the Apasionados website interface. At the top, there is a green header with the Apasionados logo and the Grupo Coomeva logo with the tagline "Nos facilita la vida". Navigation links include "Mi carrito (1)", "operaciones", and "Soporte usuario". A search bar with the text "Buscar" and a magnifying glass icon is also present. Below the header is a navigation menu with links: "Inicio", "Perfil", "Muro", "Catálogo de premios", "Ideas Innovadoras", "Noticias", "Encuestas", and "Cumpleaños".

The main content area features a large banner with a background of colorful pencils and various social media icons. The text in the banner reads: "SABEMOS QUE TE APASIONA LA INNOVACIÓN, POR ESO RECONOCEREMOS AQUELLAS IDEAS QUE EN ALGÚN MOMENTO PROPUSISTE Y QUE FUERON IMPLEMENTADAS CON ÉXITO." To the right of the banner is a monitor displaying the Apasionados logo and a button that says "Apasionados por los Resultados".

Below the banner are three separate buttons, each with the Apasionados logo and a specific theme: "Apasionados por la Innovación", "Apasionados por los Valores", and "Apasionados por el Servicio".

Lanzamiento Cultura enfocada en los Resultados y Servicio.

Metodología:



1. Entrega de láminas con los comportamientos esperados..
2. Reconocemos a nuestros compañeros que mejor ejemplifiquen los comportamientos.
3. Con las laminas recibidas por tus compañeros digitar el código en la Plataforma Apasionados.
4. Reflexionar sobre las laminas que no has recibido e incentivarte a comportarte de esa manera para ser reconocido.
5. Acumularas muchos Pinos.



Conclusiones Generales

- ✓ Se ha logrado un modelo conceptual robusto sobre la Cultura Deseada en la organización.
- ✓ Se definió un plan de intervención detallado, retomando el devenir de las empresas y sus ideas para avanzar en el presente, con la capacidad de asegurar que este esfuerzo perdure en el tiempo y convoque los públicos de interés, incluyendo herramientas de medición.
- ✓ Durante el mes de agosto se hará el lanzamiento de las actividades principales del 2014, generando una **interacción** que inicie la construcción de una cultura enfocada en los resultados y el servicio, a partir del cambio en los comportamientos y el reconocimiento.
- ✓ El “secreto” para lograr el propósito será ejecutar lo propuesto y realizar un seguimiento permanente a los compromisos adquiridos hasta posicionar el mensaje.