



CENTRO STUDI PER L'INNOVAZIONE MANAGERIALE

PRESENTAZIONE INDAGINE

IL TEMPO COME IMPRESA

L'impatto della crisi sulla temporalità aziendale

in collaborazione con:



CONFASSOCIAZIONI
Management



Il *CEIMA*, *Centro Studi per l'Innovazione Manageriale*, si prefigge l'avanzamento degli studi sociologici in ambito economico. La missione è quella di dare un valido contributo per il progresso, nella convinzione che l'innovazione gioca un ruolo fondamentale anche nell'evoluzione del management.

Nel settore della ricerca, il *CEIMA* intraprende studi empirici al livello organizzativo e territoriale. La metodologia utilizzata fa dell'immaginazione sociologica, la strategia adatta per interpretare le relazioni tra le dinamiche intersoggettive, le trasformazioni storiche e la struttura sociale.

Presso il *CEIMA* attualmente sono attive diverse ricerche che spaziano dalla leadership nelle imprese all'evoluzione delle reti inter-organizzative e dei cluster, dalla gestione proattiva del cambiamento alla sperimentazione di un check up per l'analisi della governance.

Finalità dello studio

La ricerca proposta si prefigge di analizzare la gestione temporale *delle PMI e come queste stanno organizzando ed anche ripensando il proprio posizionamento* in vista di un nuovo scenario economico post-Covid 19.

Attraverso lo studio della ***dimensione temporale delle imprese*** è possibile individuare l'orientamento proattivo delle PMI alla nuova normalità, integrando i consueti indicatori di analisi finanziaria e patrimoniale con strumenti di tipo sociologico. Ciò caratterizza l'originalità dello studio intrapreso, unico nel panorama delle ricerche empiriche nel nostro Paese.

Obiettivi della ricerca

La ricerca si prefigge i seguenti obiettivi:

1. analizzare le *conseguenze della crisi* sul versante temporale nelle PMI;
 2. valutare le *risposte temporali* adottate dalle PMI nell'affrontare l'emergenza;
 3. individuare le *aree critiche di valore* su cui intervenire per migliorare al livello temporale il posizionamento di mercato delle PMI;
 4. interpretare l'*incidenza della temporalità sul futuro aziendale* e sulle possibilità di adottare *nuovi strumenti manageriali*.
-

Fasi

Le fasi della ricerca sono quattro:

1. elaborazione di un *questionario* per la rilevazione sul campo;
 2. somministrazione dei questionari al *campione* selezionato;
 3. analisi e interpretazione dei dati;
 4. divulgazione dei risultati.
-

Approccio metodologico

La ricerca è di tipo *esplorativo*. Si tratta di uno studio sociologico che intende analizzare situazioni problematiche e allo stesso tempo sondare le possibilità per il loro superamento, anche attraverso soluzioni programmatiche. Il *campione* utilizzato vuole garantire la rappresentatività dell'universo selezionato. Il target che intendiamo raggiungere, tramite *questionario on line*, è costituito da top manager o imprenditori rappresentanti di PMI.

Il questionario

Il questionario, di tipo semi-strutturato, è strutturato sulla base a 8 aree di rilevazione:

1. pianificazione;
 2. organizzazione;
 3. comunicazione interna;
 4. networking;
 5. valutazione performance;
 6. apprendimento organizzativo;
 7. sistemi premianti;
 8. branding.
-

Area territoriale di riferimento

La ricerca ha *carattere nazionale*, prevedendo una rappresentatività significativa per ogni ambito regionale.

Tempi di realizzazione

La durata complessiva della ricerca è di *quattro mesi* (ampliabile in caso di necessità). La somministrazione dei questionari è prevista per il mese di settembre.

Organizzazione

La direzione scientifica e la realizzazione della ricerca sarà a opera dei ricercatori del CEIMA, in partnership con un'associazione imprenditoriale di PMI. Possono essere inseriti, altresì, altri partner.

Staff scientifico e organizzativo:

Coordinamento scientifico, progettazione e analisi: *Luigi Gentili e Silvia Doria*, sociologi CEIMA.

Organizzazione e rapporti con le imprese: *Maria Grazia De Angelis*, Presidente AISL_O e *Maurizio Quarta*, Managing Partner di Temporary Management & Capital Advisors e Vicepresidente di Confassociazioni Management.

La promozione sui media sarà curata dalle associazioni partner.

Divulgazione dei risultati

I risultati della ricerca verranno pubblicizzati attraverso i seguenti canali:

1. dossier finale;
 2. comunicati stampa per i media;
 3. pagina internet dedicata;
 4. organizzazione di uno o più eventi ad hoc.
-

Research project info:

CEIMA - Centro Studi per l'Innovazione Manageriale

Prof. Luigi Gentili (*mobile phone: 348 5119298*)

Prof.ssa Silvia Doria

E-mail: info@ceima.eu

Site: www.ceima.eu
