

Caxias do Sul

HORIZONTE DESTE EXERCÍCIO: 05 ANOS (2010 -2014)

NEGÓCIO:

- Solução e personalização em ambientes;
- Design e versatilidade;
- Ambientes exclusivos e aconchegantes.

MISSÃO:

- Oferecer soluções em personalização de ambientes para o mercado globalizado, visando rentabilidade e crescimento da região com responsabilidade social;
- Proporcionar aos clientes ambientes exclusivos e aconchegantes, superando as expectativas do mercado com tecnologia e competitividade visando responsabilidade social, preservação ambiental e mantendo o foco na perpetuação da região.
- Desenvolver nas pessoas o sentimento de realização de ter um ambiente de seus sonhos, visando a responsabilidade social e o bem estar coletivo.

PRINCÍPIOS (VALORES):

- Valorização dos colaboradores;
- Inovação;
- Agilidade;
- Confiabilidade;
- Trabalho em Equipe;
- Foco no cliente;
- Consciência ecológica.

VISÃO:

- Ser reconhecido como a melhor região em soluções para o Design e versatilidade dos ambientes.
- Ser referência em soluções no mercado de mobiliário corporativo.
- Ser referência mundial na diversidade e Design na área moveleira.
- Ser conhecido como o maior Pólo moveleiro da América do Sul.



COMPETÊNCIAS COMPETITIVAS:

- Distribuição;
- Diversidade;
- Design;
- Inovação;
- Atendimento;
- Confiabilidade;
- Conhecimento.

Pontos Fortes: (Forças), são características ou qualidades do setor moveleiro local que podem influenciar **positivamente** o desempenho.

- Know-How;
- Confiabilidade;
- Design diferenciado (Design);
- Atendimento;
- Inovação;
- Investimento em tecnologia;
- Qualificação das pessoas (qualificação profissional);
- Diversidade;
- Tecnologia;
- Mão de obra;
- Variedade de produtos;
- Empreendedorismo;
- Credibilidade;
- Produtos com qualidade;
- Mix de produtos;
- Prazo de entrega;
- Flexibilidade;
- Soluções;
- Preço justo.

Pontos Fracos: (Fraquezas), são características ou qualidades do setor moveleiro local que podem influenciar **negativamente** o desempenho.

- Falta parceria entre as empresas;
- Falta união entre as entidades do setor;
- Falta de interatividade entre ensino, pesquisa e indústria;
- Falta incentivo fiscal;
- Alto custo dos insumos;
- Baixa participação em Feiras fora da região;
- Não atualização e treinamento da mão de obra;
- Qualidade das embalagens e do transporte ruim;

- Falta informação necessária para transporte e armazenagem;
- Preço de venda;
- Grande diversidade de produtos;
- Grande concorrência;
- Dificuldade de aquisição de novas tecnologias;
- Obsolescência do parque fabril;
- Comunicação interna;
- Tecnologia;
- Design;
- Logística e distribuição (alto);
- Atendimento;
- Estrutura física;
- Conhecimento técnico;
- Atualização, modernização;
- Relação de fornecedores e terceiros;
- Treinamento dos colaboradores;
- Confiabilidade;
- Pesquisa;
- Mão de obra;
- Conhecimento do mercado;
- Inovação;
- Força de vendas;
- Canal de distribuição;
- Retrabalho;
- Planejamento Estratégico (planejamento);
- Alta rotatividade da mão de obra;
- Transição da empresas familiares (poder);
- Especialização específica da mão de obra;
- Baixa escolaridade da mão de obra;
- Localização geográfica;
- Baixa remuneração salarial em relação aos demais setores da economia local;
- Baixa padronização e regulamentação dos produtos;
- Baixo nível de profissionalização da gestão da região (empresas) e pouca preocupação com a perpetuação das empresas;
- Sistema de Gestão informatizado;
- Falta liderança nas empresas (tratamento com pessoas).

Ameaças: são situações externas, atuais ou futuras, que podem influenciar **negativamente** o desempenho do setor moveleiro local.

- Globalização;
- Fusões de grandes grupos;
- Câmbio;
- Crise econômica mundial;
- Commodities de matérias primas;

- Monopólio e oligopólio de fornecedores (fornecedores);
- Exportação de matéria prima;
- Altas taxas e impostos;
- Agressão ao meio ambiente;
- Falta de conhecimento do mercado;
- Concorrência;
- Falta equipamentos (maquinário nacional);
- Instabilidade do mercado;
- Legislação;
- Logística;
- Falta união do setor;
- Novos entrantes;
- Regulamentação governamental local mais exigente que nos demais locais (regiões) nas áreas ambiental e fiscal;
- Incentivos fiscais dados por outros estados;
- Concorrência agressiva e desleal;
- Mercado externo (China);
- Política cambial;
- Empresas de outros segmentos entrando no mercado de escritório;

Oportunidades: são situações externas, atuais ou futuras, que podem influenciar **positivamente** o desempenho do setor moveleiro local.

- Fechamento de empresas concorrentes;
- Mercado inexplorado;
- Aumento do consumo;
- Participação em Feiras;
- Financiamentos com baixas taxas;
- Associações ou cooperativismo;
- Globalização.
- Efetivação de boas vendas (negócios);
- Variação cambial;
- Crise econômica mundial;
- Commodities matéria prima;
- Aumentos na quantidade de fornecedores;
- Importação matéria prima;
- Respeito ao meio ambiente;
- Conhecimento de mercado;
- Ponto de vendas;
- Juros baixos (economia);
- Gestão do conhecimento;
- Abertura de novos mercados;
- Tecnologia;
- Crescimento da consciência ambiental;

- Surgimento de novos materiais;
- Ambiente propício para formar um APL forte;
- Aprovação da reforma tributária com redução de incentivos fiscais e uniformização da tributação nacional;
- Ambiente propício para desenvolvimento de cursos profissionalizantes do setor;
- Oportunidade com o desenvolvimento do mercosul pela localização geográfica;
- Parcerias com fornecedores;
- Lançamentos de novas linhas de produto;
- Cooperação entre empresas;
- Proximidade de fornecedores;
- Cursos de formação técnica;
- Certificações;
- Facilidade de crédito;
- Tecnologia em evolução constante;
- Participação de Feiras e Eventos;
- Utilização dos resultados de pesquisas do mercado.
- Pesquisas com fornecedores;

OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS DEFINIDAS PELA EQUIPE:

1. AUMENTAR FATURAMENTO EM 15% AO ANO.

ESTRATÉGIAS:

- a. Terceirização;
- b. Distribuição;
- c. Exportação;
- d. Aumentar pontos de vendas;
- e. Diversificação;
- f. Qualificação e treinamento;
- g. Participação em Feiras;
- h. Novas coleções de produtos;
- i. Investir em publicidade em revistas especializadas;
- j. Inovação de produtos;
- k. Campanha de vendas;
- l. Alianças estratégicas com fornecedores;
- m. Aumentar e qualificar a força de vendas.

2. AMPLIAR PARTICIPAÇÃO NO MERCADO.

- i. Nacional – 5% ao ano;
- ii. América Latina – 8% até 2014.

ESTRATÉGIAS:

- a. Inovação;
- b. Exploração de novos nichos de mercado;
- c. Campanha de Marketing;
- d. Parceirização com fornecedores e clientes;
- e. Distribuição / logística;
- f. Inovação de produtos;
- g. Ter pelo menos um ponto de venda em cada cidade com mais de 100.000 – 150.000 habitantes;
- h. Faturar qualquer mercadoria em no máximo 10 dias da entrada do pedido;
- i. Abrir centro de distribuição na cidade do México e em pontos estratégicos no território nacional;
- j. Produtos certificados;
- k. Implantação de escritórios de negócio no exterior.

3. AUMENTAR A PRODUTIVIDADE EM 10% AO ANO.

ESTRATÉGIAS:

- a. Atualização do maquinário (tecnologia);
- b. Especialização da mão de obra (capacitação e treinamento);
- c. Substituição de matérias primas;
- d. LayOut das fábricas;
- e. Busca parcerias / terceirização;
- f. Investir em tecnologia;
- g. Investir na melhoria de métodos e processos;
- h. Investir na qualificação dos recursos humanos;
- i. Participação dos resultados (todos na empresa);
- j. Certificação de produtos e processos.

4. AUMENTAR A LUCRATIVIDADE EM 10% ATÉ 2014.

ESTRATÉGIAS:

- a. Produtos com maior valor agregado;
- b. Diversificação;
- c. Parceirização (clientes e fornecedores);
- d. Redução de desperdícios / redução de custos;
- e. Equipe motivada e comprometida / PPR;
- f. Compras estratégicas;
- g. Fortalecer parcerias com fornecedores;
- h. Trabalhar a redução de perdas em processo;
- i. Planejamento tributário;
- j. Processo produtivo otimizado;
- k. Diminuição dos custos produtivos e dos insumos;
- l. Marca forte;
- m. Uso e manuseio de materias primas e subprodutos e produtos que reduzam o retrabalho;
- n. Sistema integrado de custos.