

CARATTERISTICHE AZIENDALI

Protocollo n. 42

Caratteristiche strutturali dell'impresa

Prodotto e/o servizio principale realizzato dall'impresa	Autotrasporto merci per conto terzi
Fatturato 2016	€ 2
Totale titolari e soci	2
Totale Addetti 2016	12
Certificazioni in possesso (es. UNI9001:2008, ecc.)	

Numero di addetti con le seguenti caratteristiche presenti nell'intera azienda:

	N.
Donne	3
Stranieri	0
Under 35	0

Numero di addetti con le seguenti tipologie di contratto presenti nell'intera azienda:

	N.
Contratto TI	12
Contratto TD	
Apprendistato	
Altre forme	

Numero di addetti che si occupano di:

Gestione amministrativa	3
Gestione commerciale	
Produzione/erogazione del servizio	9
Gestione magazzino	
Gestione sistema qualità	
Gestione risorse umane	
Altro	

Numero medio di tirocinanti impiegati nell'ambito dell'attività dell'impresa nell'arco di un anno:

LETTURA DEL MERCATO

MERCATO ATTUALE

L'azienda trasporta per la maggior parte: prefabbricati, inerti, ferro e cemento sfuso e come mercato attuale fa riferimento al nord italia.

STRATEGIE DI SVILUPPO

Attualmente i mezzi in possesso sono tutti in attivita', quindi solo in caso di commesse di rilievo e continuative possono acquistare nuovi mezzi.

MERCATO POTENZIALE

In caso di nuove richieste, pur se continuative nel tempo, l'azienda e' disponibile anche a valutare altri tipi di trasporto.

ANDAMENTO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE DELL'AZIENDA

Andamento dell'impresa nel periodo 2009-2016 sui seguenti indicatori rilevati:

(dove -5 indica Peggioramento assoluto e +5 miglioramento assoluto)

1. Fatturato	- 3
2. Produttività del lavoro	- 2
3. Utili/reddittività aziendale	- 2
4. Investimenti fissi e immateriali	- 2
5. Occupazione	- 3

Andamento dell'azienda tra il 2014 e il 2016 in termini di occupazione:

(Se in calo o in crescita è indicato il numero di unità coinvolte)

Calo Pari a : 2 unità

Appartenenza dell'impresa ad un gruppo o rete nazionale o internazionale No

Peso delle esportazioni sul totale del fatturato: 0

Se l'impresa svolge attività di subfornitura, peso percentuale sul fatturato del committente principale: 0

Strategie competitive adottate dall'impresa sul mercato del prodotto:

STRATEGIE COMPETITIVE

Nessuna di queste	
Di costo	
Di prezzo	X
Di qualità	
Di varietà	
Di marchio	
Di tecnologia	
Di soddisfazione del cliente	

Innovazione realizzate nel periodo 2009-2016:

TIPO DI INNOVAZIONE

Nessuna di queste	X
Innovazioni <i>radicali</i> di prodotto	
Innovazioni <i>radicali</i> di processo	
Innovazioni <i>incrementali</i> sul prodotto	
Innovazioni <i>incrementali</i> sul processo	
Innovazioni tecnologiche	
Innovazioni di mercato	
Controllo di qualità comprese le certificazioni	

Nota bene:

Per **Innovazione radicale** si intende introduzione di una tecnologia di processo e/o realizzazione di un prodotto *significativamente nuovi* per l'impresa;

Per **Innovazione incrementale** si intende un *miglioramento qualitativo* nella tecnologia di processo e/o nel prodotto *già presenti* nell'impresa.

Pratiche di organizzazione del lavoro e della produzione adottate dall'azienda nei periodi 2004-2007 e 2008-2016:

PRATICHE	2004-2007	2008-2016	Né prima né dopo
Just-in-Time			X
Gestione della Qualità Totale			X
Rotazione delle mansioni			X
Ampliamento del numero delle mansioni per dipendente			X
Ampliamento delle competenze del dipendente		X	
Maggiore autonomia nelle mansioni svolte dal dipendente		X	
Maggiore autonomia dei gruppi e/o di singoli dipendenti nella soluzione dei problemi		X	
Modalità strutturate di confronto su suggerimenti e/o proposte dei dipendenti sull'organizzazione del lavoro e qualità del processo/prodotto		X	
Percorsi di formazione continua connessi alle esigenze organizzative	X	X	
Definizione di obiettivi per gruppi di lavoro e/o individuali per i dipendenti			X
Sistemi di valutazione dei dipendenti, individuali e/o di gruppo	X	X	

ANALISI DEI PROCESSI E DEFINIZIONE DI PIANI DI MIGLIORAMENTO ORGANIZZATIVO E/O PRODUTTIVO
Livello di priorità dei processi aziendali monitorati: (1=max, 2=intermedia, 3=min, o "processo non monitorato nel check up")

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne	2 = Priorità intermedia
Costruzione dell'offerta	2 = Priorità intermedia
Sviluppo del prodotto	2 = Priorità intermedia
Produzione	Processo aziendale non monitorato
Gestione del cliente	2 = Priorità intermedia
Gestione delle esternalità	2 = Priorità intermedia

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Elementi di forza dell'azienda

Il punto di forza dell'azienda è l'altissima preparazione del personale, sia relativo ai trasporti che per quanto riguarda l'aspetto commerciale. La qualità che contraddistingue l'azienda fa sì che anche durante la crisi che ha colpito l'edilizia ci sia sempre stato un certo numero di clienti stabili.

Elementi critici dell'azienda

La crisi dell'edilizia ha condizionato notevolmente il mercato di riferimento, l'azienda ha puntato comunque sulla qualità del servizio cercando anche di ridurre i prezzi.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

L'azienda vuole mantenere alti standard qualitativi, per il momento non intendono riconvertire il core business dell'attività.

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Costruzione dell'offerta

Elementi di forza dell'azienda

L'azienda a seguito della crisi dell'edilizia, ha comunque deciso come politica aziendale di mantenere alta la qualità, carmierando i prezzi

Elementi critici dell'azienda

I clienti chiedono sempre di più sconti e condizioni difficili da mantenere in piedi se collegate al concetto di qualità.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

L'obiettivo è quello di far comprendere il valore della qualità al cliente

Caratteristiche del seguente processo:

Costruzione dell'offerta

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Sviluppo del prodotto

Elementi di forza dell'azienda

Nel caso specifico dell'azienda di tratta di sviluppo del servizio, l'azienda intende mantenere come core business i tipi di trasporto prima menzionati che sono comunque calibrati sull'attuale dimensione aziendale.

Elementi critici dell'azienda

L'azienda vorrebbe cercare di monitorare l'erogazione del servizio, ad esempio attraverso un programma che permetta di tenere sotto controllo la giornata lavorativa dell'autista per evitare usi non appropriati del mezzo e diminuire i tempi morti.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Implementare il controllo degli autisti per rendere più performante le prestazioni ed evitare tempi morti

Caratteristiche del seguente processo:

Sviluppo del prodotto

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Produzione

Elementi di forza dell'azienda

Processo non monitorato.

Elementi critici dell'azienda

Processo non monitorato.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Processo non monitorato.

Caratteristiche del seguente processo:

Produzione

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione del cliente

Elementi di forza dell'azienda

I punti di forza si riferiscono ad una tempestiva evasione delle richieste e ad un servizio completo nei tempi prestabiliti

Elementi critici dell'azienda

La richiesta sempre più pressante di abbassare i prezzi

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Far comprendere la qualità che contraddistingue l'azienda e la serietà nella gestione del trasporto, attraverso ad esempio il rispetto dei tempi di consegna.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione del cliente

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione delle esternalità

Elementi di forza dell'azienda

L'azienda è storica in questo tipo di trasporti e quindi molto referenziata

Elementi critici dell'azienda

La crisi economica che ha colpito l'edilizia e quindi ha prodotto un ridimensionamento aziendale

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Si spera in una ripresa del settore

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione delle esternalità

Azioni per Il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

SINTESI DEL PIANO DI MIGLIORAMENTO/SVILUPPO

L'azienda ha referenze importanti nel settore ed è un'azienda sana, ha purtroppo scontato il problema della crisi dell'edilizia alla quale ha comunque risposto con una gestione in qualità del servizio e con un abbassamento dei prezzi