

## CARATTERISTICHE AZIENDALI

### Protocollo n. 96

#### **Caratteristiche strutturali dell'impresa**

Prodotto e/o servizio principale realizzato dall'impresa	Commercio di ceramiche
Fatturato 2016	€ 1.212.000
Totale titolari e soci	2
Totale Addetti 2016	2
Certificazioni in possesso (es. UNI9001:2008, ecc.)	Nessuna

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

	N.
Donne	2
Stranieri	0
Under 35	1

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

	N.
Contratto TI	2
Contratto TD	0
Apprendistato	0
Altre forme	0

#### **Numero di addetti che si occupano di:**

Gestione amministrativa	2
Gestione commerciale	2
Produzione/erogazione del servizio	0
Gestione magazzino	0
Gestione sistema qualità	0
Gestione risorse umane	0
Altro	

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

0

## LETTURA DEL MERCATO

### MERCATO ATTUALE

L'azienda nasce nel 2011 e si occupa esclusivamente di importazione e relativa commercializzazioni di ceramica cinese oltre che di ricerca in ambito di materiali, processi di realizzazione del prodotto, stile.

### STRATEGIE DI SVILUPPO

Riorganizzazione aziendale per supportare le strategie aziendali, sviluppo web marketing e ottimizzazione della gestione del cliente.

### MERCATO POTENZIALE

L'azienda intende ampliare il proprio mercato entrando nella grande distribuzione.

## ANDAMENTO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE DELL'AZIENDA

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

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

1. Fatturato	0
2. Produttività del lavoro	0
3. Utili/reddittività aziendale	- 1
4. Investimenti fissi e immateriali	+ 2
5. Occupazione	+ 1

**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)

Crescita Pari a : 1 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:**

#### **Strategie competitive adottate dall'impresa sul mercato del prodotto:**

#### **STRATEGIE COMPETITIVE**

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

## **Innovazione realizzate nel periodo 2009-2016:**

## TIPO DI INNOVAZIONE

Nessuna di queste

Innovazioni *radicali* di prodotto

Innovazioni *radicali* di processo

Innovazioni *incrementali* sul prodotto

Innovazioni *incrementali* 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	
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	

**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	1 = Priorità massima
Costruzione dell'offerta	1 = Priorità massima
Sviluppo del prodotto	Processo aziendale non monitorato
Produzione	Processo aziendale non monitorato
Gestione del cliente	1 = Priorità massima
Gestione delle esternalità	Processo aziendale non monitorato

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Strategia, pianificazione e gestione risorse interne**

---

Elementi di forza dell'azienda

Personale qualificato.

---

Elementi critici dell'azienda

Struttura organizzativa non idonea.

---

---

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Entrare nella grande distribuzione con la giusta struttura.

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Strategia, pianificazione e gestione risorse interne**

---

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Misure per migliorare l'organizzazione aziendale e la gestione del dipendente.

---

Tipologia di intervento

Consulenza esterna.

---

Risorse umane da coinvolgere

Titolare e dipendenti area commerciale-amministrativa.

---

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Costruzione dell'offerta**

---

Elementi di forza dell'azienda

---

Prodotti di qualità.

---

Elementi critici dell'azienda

---

Mercato italiano risente dei costi alti delle ceramiche.

---

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

---

Dimostrare qualità del prodotto.

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Costruzione dell'offerta**

---

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Strategia per far conoscere il prodotto e il processo di creazione e sottolineando l'esclusività del prodotti, sottolineare continuo processo di ricerca e sviluppo e interesse per l'ambiente.

---

**Tipologia di intervento**

Consulenza esterna.

---

Risorse umane da coinvolgere

Titolare e dipendenti area commerciale- amministrativa.

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Sviluppo del prodotto**

---

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:**

**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

---

Prodotti esclusivi.

---

Elementi critici dell'azienda

---

Clienti concentrate in Puglia.

---

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

---

Acquisire nuovi clienti.

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

**Gestione del cliente**

---

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

---

Strategia commerciale, web.

---

**Tipologia di intervento**

Consulenza, aiuto di uno stagista.

---

---

**Risorse umane da coinvolgere**

Titolare e dipendenti area commerciale.

---

---

**Caratteristiche del seguente processo:**

Gestione delle esternalità

---

Elementi di forza dell'azienda

---

Processo non monitorato.

---

Elementi critici dell'azienda

---

Processo non monitorato.

---

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

---

Processo non monitorato e/o non prioritario.

---

---

---

**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

---

La crescita aziendale si basa sull'alta qualità del prodotto e dipende dal ricollocamento del prodotto stesso su tutto il suolo italiano. La crescita impone all'azienda di sapersi riorganizzare internamente al fine di riuscire a fra fronte agli scenari che si possono presentare in un mercato più vasto.