

**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 assoluto 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:** 0
**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	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
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

---

Clientsi 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 far fronte agli scenari che si possono presentare in un mercato più vasto.