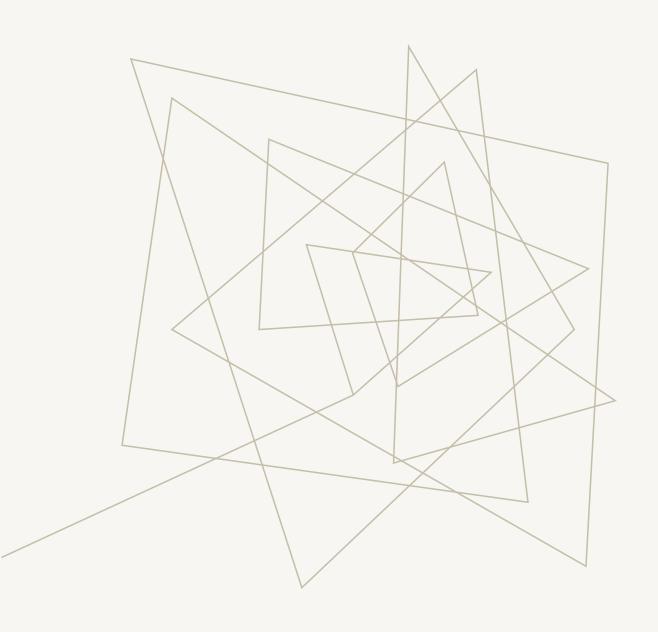


Desempenho e Inovação com tecnologia de ponta



# VISÃO GERAL DA EMPRESA

### SOBRE NÓS

**DS Notebooks** é uma marca totalmente brasileira, fundada em 2000 por Davi Salgueiro. A empresa foi fundada com o propósito de fabricar notebooks de alto desempenho, seja para softwares pesados ou mesmo para jogos.

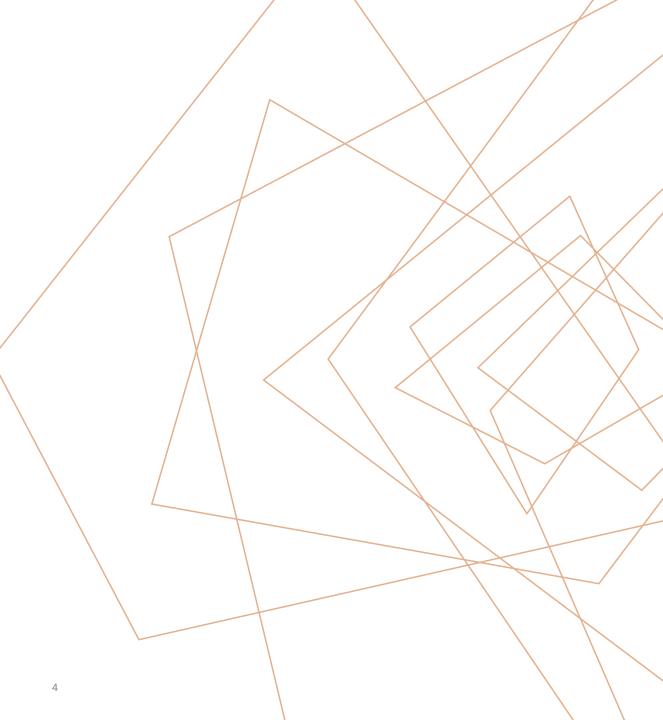
A empresa tem a filosofia de sempre buscar a inovação, oferecendo o que há de melhor em hardware para os consumidores. Isso inclui processadores de última geração, placas de vídeo de alto nível, acabamento robusto e telas de excelente qualidade.



### SOBRE NÓS

Atualmente a empresa está trabalhando com a linha de notebook IVO, que significa "Inovação, Versatilidade e Objetividade". Os aparelhos chegam com os novos processadores da Intel em diversas configurações, que envolvem diferentes placas de vídeo, tamanho de telas e outros quesitos relacionados ao hardware dos notebooks.

Todos os modelos possuem construção robusta, com chassis feitos de alumínio e designs compactos. Eles também variam entre as cores preto e prata e já chegam com o Windows de fábrica. É válido destacar que todos os notebooks possuem opções de customização em suas configurações.



## ATIVIDADES E PAPÉIS DA EMPRESA

#### Atividades para a construção dos produtos:

- Comprar os componentes dos fornecedores
- Montar os notebooks
- Armazenar os notebooks

### Atividades para a venda dos produtos:

- Receber os pedidos
- Cobrar dos compradores
- Entregar os produtos

#### Áreas responsáveis pela realização dos passos descritos acima, são:

- Financeiro
  - Fornecedores (Pagamento)
  - Clientes (Recebimento)
- Engenharia
  - Montagem
  - Estoque
- Marketing
  - Vendas (Internet e SAC)
  - Novos Produtos (Concepção e Lançamento)

#### Missão

• Fornecer notebooks de qualidade com preços acessíveis.

### **Objetivos Estratégicos**

- Aumentar a oferta de produtos diferenciados
- Minimizar os custos da cadeia produtiva
- Aumentar o Market Share na venda de notebooks nacionais

#### Fatores Chave de Sucesso

- Aumentar o portfólio de fornecedores
- Reduzir o tempo de entrega dos produtos
- Reduzir quantidade de produtos em estoque
- Reduzir o custo total de compra dos componentes

### Estratégias

- Desenvolver parcerias com fornecedores
- Desenvolver mais itens personalizáveis
- Otimizar a produção por demanda
- Criar programa de revenda de produtos
- Desenvolver campanha direcionada para as camadas A e B

METAS Lançar 3 novos Produtos Reduzir em 25% as despesas operacionais (Opex) Vender 5000 notebooks no próximo ano **OPORTUNIDADES** Vide SWOT AMBIENTE (CLIENTE) **Empresas** Pessoas Físicas da Classe A e B ATORES (PAPÉIS) Diretoria Geral Diretoria Financeira Diretoria de Marketing

Apresentação 8

Diretoria de Engenharia

#### Cadeia de Valor

- 1. Criar Produtos
- 2. Vender Produtos
- 3. Pagar Fornecedores
- 4. Gerenciar Estoque

#### Processos Primários

- 1. Criar Produtos
- 2. Vender Produtos

#### 1. Criar Produtos

- a. Comprar Componentes (Material)
- b. Montar Produtos (Fábrica)
- c. Armazenar Equipamentos (Estoque)

#### 2. Vender Produtos

Receber Pedido

Faturar Pedido

**Entregar Produto** 

Obs.: Os subprocessos não foram detalhados.

## MATRIZ DE COMPLEXIDADE ESTRATÉGICA

### COMPLEXIDADE

É relacionada diretamente aos tipos de atividades envolvidas no processo. Ao pensar em complexidade não pergunte se a atividade pode ser automatizada, mas sim no que seria necessário/envolvido para que fosse realizada por uma pessoa.

### MUDANÇA

Se refere ao fato de que alguns processos não mudam com muita frequência e outros mudam rapidamente seguindo as demandas do mercado.

### IMPORTÂNCIA

Busca definir quanto valor o processo contribui na entrega dos produtos/serviços que a empresa produz. É uma questão de identificar se o processo faz parte da competência principal da empresa, ou é apenas um processo de suporte.



# OBRIGADO