


Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção




PRO 3610 MMP

Alinhamento da estratégia empresarial e desenvolvimento de produtos


Casos

Prof. Dr. Fausto L Mascia

1



Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção




Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Movelsul 2010 - Bento Gonçalves - RS


Naquele ano foco na classe C - aumento do poder aquisitivo - maiores gastos com móveis e decoração.

Classes C, D e E. Representava 35 milhões de famílias com gastos de R\$ 1,3 trilhão por ano e respondem por 78% do consumo dos lares brasileiros.

2



Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção



Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos


Classe C - representava 34% da população brasileira
Renda média mensal de R\$ 1.107,08

Produtos desejados:


- 85% - computador
- 83% - móveis
- 79% - eletroeletrônicos

Pesquisa OESP/2010

3



Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção



Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Movelsul 2010


Referência – Edificação de 47 metros quadrados - solicita aos designers propostas de móveis compatíveis com o programa federal Minha casa, Minha vida.

Requisitos: tamanho e custo dos móveis compatíveis com a casa.


Valor total da mobília – no máximo 10% do valor total do imóvel ~ (R\$60 mil)

Relações entre o setor moveleiro e construtoras - proposta: vender imóveis novos mobiliados.

4



Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção




Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Unicasa Indústria de móveis (Bento Gonçalves, RS)

O planejamento estratégico, elaborado em 2007, previa uma alta um pouco maior no ano de 2009, na faixa de 25%, mas a empresa optou por uma projeção conservadora.

5



Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção



Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Unicasa Indústria de móveis RS

Linha de produtos: **móveis planejados**

Dell Anno

Primeira e mais tradicional marca da UNICASA
Linha de produtos para cozinhas, dormitórios, closets, home theaters, home offices, áreas de serviço e banheiros.

A marca está presente em mais de 300 revendas autorizadas no Brasil;

Exportações para Estados Unidos, Portugal, Espanha, Inglaterra e países da América do Sul.

6

Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção

Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Unicasa Indústria de móveis RS

Dell Anno favorita new CASA BRASILEIRA
MÓVEIS PLANEJADOS

Dell Anno – 1985 New – 2008
Favorita – 2003 Casa Brasileira - 2013

New – 2 anos (40%\$ Dell Anno); Vendas 2009 (\$22mi)
2010 (\$80mi)
Média: \$3.000 - \$10.000
Favorita: \$7.000 - \$15.000
Dell Anno: \$15.000 - \$40.000

7

Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção

Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Unicasa Indústria de móveis RS

Dell Anno favorita new CASA BRASILEIRA
MÓVEIS PLANEJADOS

A fábrica linha de produção *just in time*, totalmente automatizada e personalizada para suas diferentes linhas de produtos.
A linha de pintura de laccas (tecnologia automotiva), processo automatizado de ponta.
Agilidade na entrega, uniformidade e qualidade aos móveis com acabamento em lacca.

8

Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Unicasa Indústria de móveis RS

Linha de produtos: móveis planejados



Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Unicasa Indústria de móveis RS

Dell Anno

Lançamento de nova linha de produtos.



Móveis planejados; mais competitivos em preço;
Indicados para espaços menores.

Cozinhas, dormitórios, “*closets*”, “*home theaters*”,
“*home offices*”, áreas de serviço e banheiros.

10

Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Unicasa Indústria de móveis RS

Dell Anno

Conceito: Jovem, ousado e moderno



A New lançamento final de 2008 – objetivo atender público que busca conforto e decoração; proporcionar bem estar da família e amigos.

Aliar praticidade modernidade e custo-benefício.

A linha - soluções para todos os ambientes: cozinhas, dormitórios, closets, home theaters, home offices, áreas de serviço e banheiros.

11

Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Unicasa Indústria de móveis RS



12

Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Unicasa Indústria de móveis RS

Dell Anno



Posicionamento no mercado:

Os novos produtos custam cerca de 15% a menos do que os da linha Favorita,

Esta por sua vez são, em média, 15% mais baratos do que os da Dell Anno.

13

Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Unicasa Indústria de móveis RS

Dell Anno



Investimentos de R\$25 milhões em 2008.

Capacidade instalada: de 10 mil para 30 mil peças dia

Possibilidade em aumentar a produção em mais 40%

2010 – 40 mil peças dia

14



Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Particularidades do produto, seus materiais e processos



15





Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Particularidades do produto, seus materiais e processos



16

 Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção 

Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos



Electrolux

“Eco Friendly” Sustentabilidade

SENSIDRY Heat Pump Dryer (1997)

Super Eco Washing Machine (2009)

17


 Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção 

Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos


Electrolux

“Eco Friendly” Sustentabilidade


SENSIDRY Heat Pump Dryer (1997)




18



Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção



Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos


Lavatherm SENSIDRY  **Electrolux**

Secadora de roupas por meio de bomba de calor


Princípio – um condensador aquece o ar seco e um evaporador refrigera este ar quente e úmido para condensar a umidade durante o processo de secagem (processo inverso do refrigerador).

Funciona com temperaturas inferiores de até 25°C
Consumo – 40% menos de energia elétrica.


19



Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção



Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Lavatherm SENSIDRY  **Electrolux**

Secadora com bomba de calor funciona com um sistema de circuito fechado.



Aquece o ar usado para remover a umidade das roupas; reutilizando-o assim que a umidade for removida.

Em vez de liberar ar quente e úmido para o exterior da casa (secador convencional), envia para um evaporador para remover a umidade sem perder muito calor.

Assim, menos eletricidade é usada para gerar calor.

20

Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção




Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Electrolux



“Eco Friendly” Sustentabilidade

Super Eco Washing Machine (2009)



21

Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
Departamento de Engenharia de Produção



Alinhamento estratégico e desenvolvimento de produtos

Electrolux

Utiliza água à temperatura ambiente

Projetada para ser usada com detergentes em pó ativos a frio

Lavagem a frio – 0,1 KW/h X 0,55 KW/h

Consumo médio de água – 41 litros X 56 litros

22