

FILOSOFIA GLOBAL DAS ORGANIZAÇÕES HAWS®



PRINCIPAL PROPÓSITO

Por que nós existimos?

- Para melhorar a Saúde e Segurança da nossa Comunidade Global

DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO

O que nós fazemos?

- Nós oferecemos soluções em Segurança, Hidratação e Mistura de Temperatura.

PRINCIPAIS VALORES

Como nós nos comportamos? O que nos define?

- Nós trabalhamos em Equipe;
- Nós investimos nas nossas Pessoas;
- Nós somos uma empresa Solidária;
- Nós somos impulsionados pelos Resultados.

VALORES PERCEBIDOS

Quais são nossos padrões mínimos de comportamento?

- Somos Éticos
- Somos Honestos.

VALORES ASPIRADOS

Lutamos por quais diferenciais?

- Nos esforçamos em sermos Autênticos;
- Nos esforçamos em sermos Responsáveis;
- Nos esforçamos em sermos Inovadores.

VALORES NÃO INTENCIONAIS

Quais os nossos comportamentos e pensamentos?

- Temos Orgulho do que somos e fazemos;
- Temos forte compromisso com a Ética;
- Nós nos divertimos!

ESTRATEGIAS DE CRESCIMENTO HAWS®

- Voltar ao Mercado de EWC e estabelecer a Haws como a marca no. 2;
- Expandir em segmentos de mercado de médio (Valor) e baixa (conformidade);
- Aumentar nossa Linha de Produtos/Soluções (parcerias e aquisições);
- Buscar oportunidades de receitas, expansão do segmento de mercado (linhas verticais);

ÂNCORAS ESTRATEGICAS

Quais são os nossos filtros na tomada de decisão?

- Isso nos dá um “Valor Presente Líquido” (VPL) positivo?
 - A oportunidade é melhor que um investimento em Ações ou Dinheiro rendendo no banco? O VPL valoriza os fluxos de caixa futuro no valor de hoje (futuro, por exemplo, daqui 5 anos). VPL: captura o custo oportunidade, o valor do dinheiro “no tempo”, as contribuições no fluxo de caixa e valor final.
- Isso nos torna **Mais Fáceis de Fazer Negócios?**
 - É a chance de fazermos com a HAWS seja mais fácil de negociar com seus clientes, parceiros e distribuidores? Nós estamos agregando valor à nossa oferta? Nossa proposta?
- Adere à **Qualidade da nossa Marca?**
 - As oportunidades estão de acordo com a nossa Marca? Mantém os nossos valores? Poderia, de alguma forma, afetar a percepção de qualidade por parte dos nossos clientes?
- Proporciona **Durabilidade?**
 - A oportunidade ajuda a construir uma empresa mais forte, mais capacitada, com melhores sistemáticas, melhores produtos, maior eficiência em investimentos, e com continuidade? Ela fornecerá receitas recorrentes ou mais previsíveis? Isso nos permitirá maior estabilidade nos momentos de “altos e baixos” do mercado? A oportunidade está ajudando a tornar o negócio mais relevante?

CLASSIFICAÇÃO DAS ÂNCORAS ESTRATEGICAS – 1 A 3

Com base na magnitude do impacto:

1. Mínimo impacto
2. Impacto sólido
3. Alto impacto

