

# 6° CLAC

Sexto Congresso Latinoamericano de Clusters

## ***CONSTRUINDO OS PILARES DA COOPERAÇÃO : CASE REDE CONSTRUIR***





**REDE**  
**CONSTRUIR**  
*Material de Construção*

6° CLAC

Sexto Congresso Latinoamericano de Clusters



# Contextualização do Território



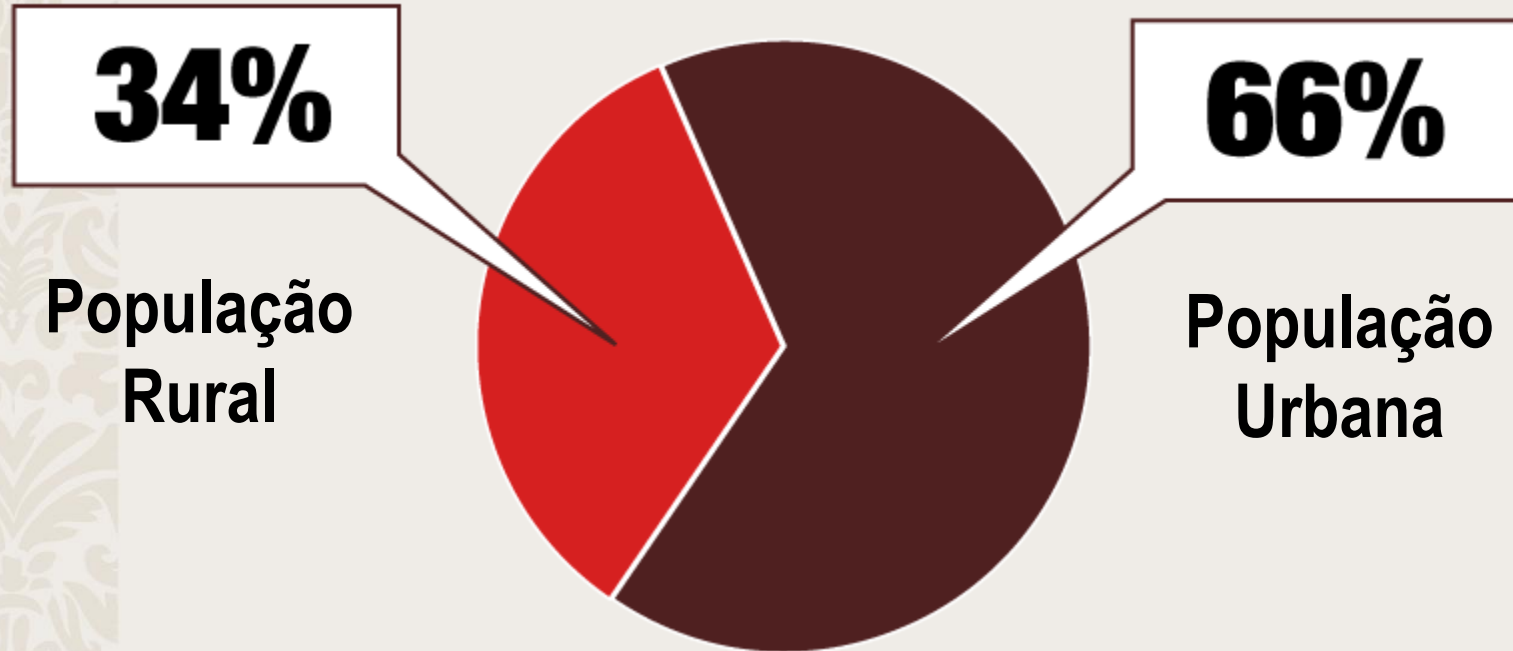
\_Área\_  
**184.775.367 Km<sup>2</sup>**  
**34% do território do estado**

\_População (2009) \_  
**2,773 milhões**  
**13,8% da população do estado**

\_ N° de Municípios \_  
**165**



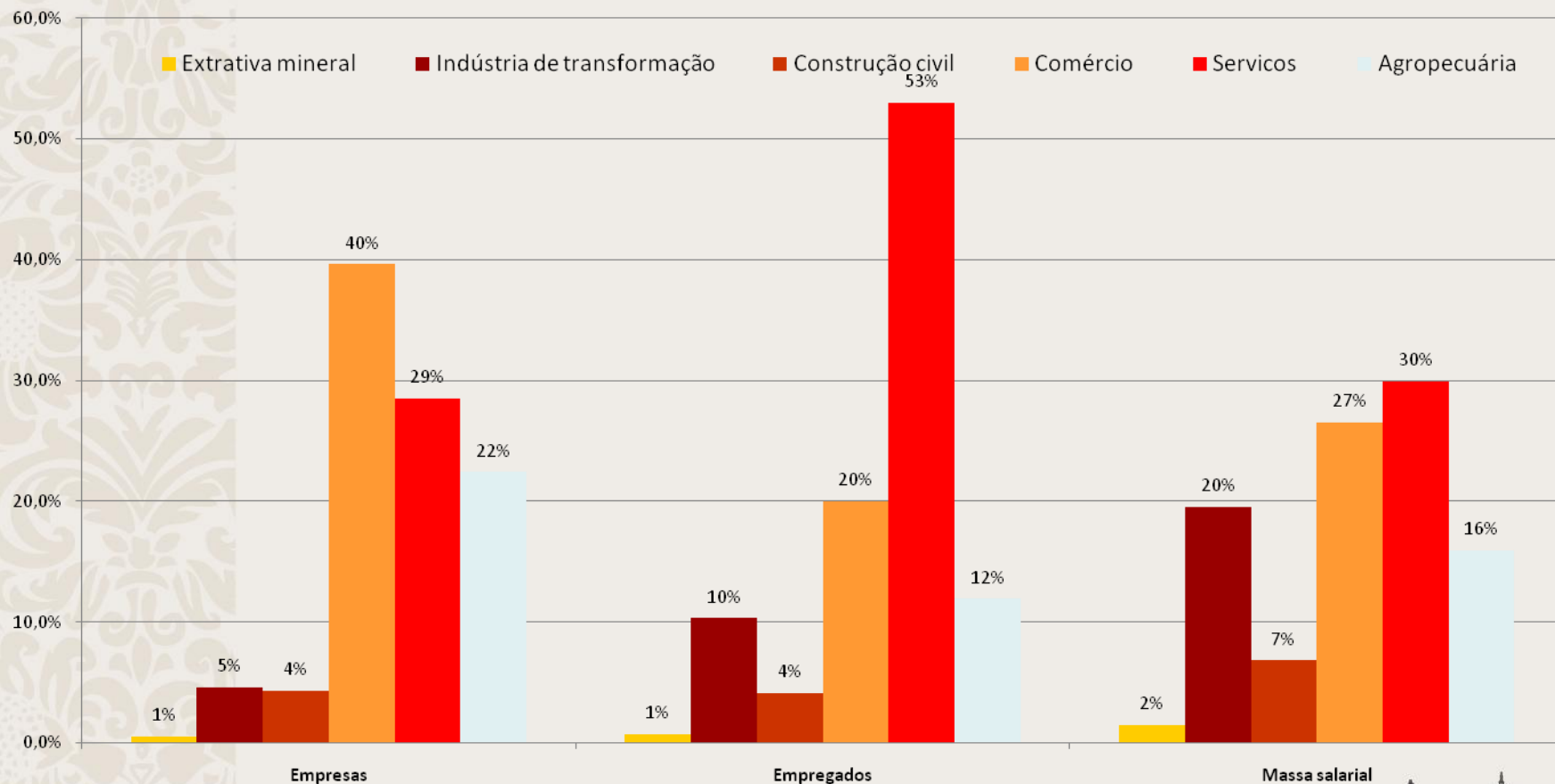
# População Urbana x Rural :: 2010 ::



Fonte: IPC-TARGET, 2010.



# Região Norte: Participação dos setores no número de empresas, de empregados e na massa salarial em 2009



# Associação de Lojistas de Materiais de Construção - Rede Construir MG

**17 municípios: Januária, Lontra, Brasília de Minas, Manga, Montalvânia, Jaíba, Janaúba, Montes Claros, Grão Mogol, Ubaí, São Romão, Claro dos Porções e Capelinha, Turmalina, Minas Novas, Salinas.**

- **25 lojas Associadas**
- **200 Funcionários Diretos**
- **75 Funcionários Terceirizados**
- **50.000 Clientes Atendidos mês**
- **5200 mts área de vendas**

**Comércio Varejista de Materiais de Construção**

*Representante - Orlando Afonso Alves*



6° CLAC

Sexto Congresso Latinoamericano de Clusters



# Acreditam na importância

- da união através do associativismo;
- da plena satisfação do cliente;
- do lucro como indispensável para o negócio;
- do comprometimento total para o sucesso;
- da imagem que eleva nossa marca.

# Visão



**2005**

Primeira  
iniciativa de  
criar Rede de  
Empresas

**2006**

Início da  
Central de  
Negócios  
(Rede Mak)

**2007**

Transformação  
da Rede Mak  
para Rede  
Construir

À partir de 2009 com  
a implantação do  
CD, passam a  
distribuir material  
para outros  
pequenos depósitos

Cultura da  
Cooperação  
Gestão  
Canton Fair

**2010**

Abordagem em  
gestão e foco  
no CD

**2008**

6° CLAC

Sexto Congresso Latinoamericano de Clusters



# Antes do Grupo



Concorrência acirrada ; Dificuldades de acesso a novos fornecedores; linhas de crédito; Falta de visão estratégica ; Ausência de plano de marketing ; Funcionários sem qualificação ; lay-out desorganizado ; Mix produto reduzido ; Ausência de Controles Gerenciais



# DEPOIS DO GRUPO

Troca de Informação; Identidade Visual; Reconhecimento do mercado; Redução das despesas Operacionais; Negociação com grandes industrias do setor; Qualificação dos empresários e funcionários; Fidelização dos Clientes; Ofertas de financiamento ao cliente; Cartão de Credito Rede Construir; Acesso as informações e tecnologia de ponta



# Resultados

- ✓ **União dos empresários em central de negócios, transformada posteriormente em rede de lojas de material de construção**
- ✓ **Proposta de associação começou com quatro empresas e atualmente tem 25 participantes**
- ✓ **Criação do Centro de Distribuição**
- ✓ **Redução de 10% no valor das compras de mercadorias**
- ✓ **Redução de 5% dos custos operacionais**



# Resultados

- ✓ **Ações de Marketing Compartilhada**
- ✓ **Crescimento de ate 80% no faturamento**
- ✓ **Aumento de itens por Ticket de Venda**
- ✓ **Aumento de contratação de mão-de-obra**
- ✓ **Cartão de crédito da Rede**
- ✓ **Aumento na Lucratividade (8% em 2009 e 10% em 2010)**



# Resultados

- ✓ **Redução de inadimplência (3% 2009 e 2% em 2010)**
- ✓ **Aumento no giro de estoque (90 dias em 2009 e 75 em 2010)**
- ✓ **Negociação Canton Fair – China – (contratação de um container de mercadorias- janeiro de 2011)**
- ✓ **Criação de espaço de treinamento de mão-de-obra (2011)**



# Resultados

## DADOS REDE CONSTRUIR MG

Descrição	2007	2010	Crescimento
Média grupo faturamento	R\$62.000,00	R\$198.000,00	193%
Ticket médio	R\$ 38,00	R\$ 67,32	77%
Número de cliente atendido (grupo/mês)	2.780	5.000	79,80%
Investimentos em MKT	R\$ 34.200,00	R\$ 156.000,00	217%
Número de lojas	R\$ 11,00	R\$ 21,00	90%
Faturamento do Centro de Distribuição	R\$ 43.000,00	R\$ 300.000,00	976%
Qtdade de fornecedores parceiros	7	20	80%



# Antes



# Depois



6° CLAC

Sexto Congresso Latinoamericano de Clusters





# Iluminação

# Sinalização

6° CLAC

Sexto Congresso Latinoamericano de Clusters



# Estoque Compartilhado



# Ações de Marketing

## Exemplo de Promoção verticalizada

Tablóide



Faixa



Compre agora e pague depois do carnaval!!!



Banner



Móbile

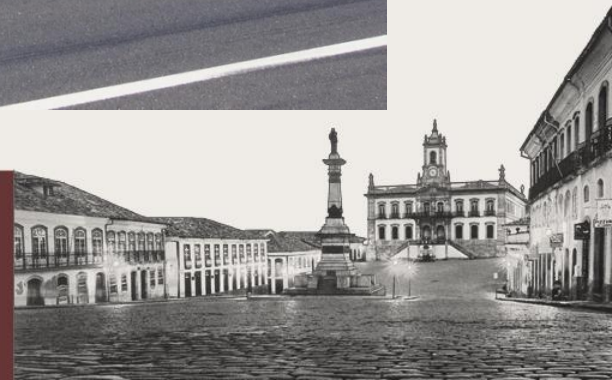


# PARTICIPAÇÃO NA CANTON FAIR CHINA 2010



6° CLAC

Sexto Congresso Latinoamericano de Clusters



# Desafios

- ✓ O grupo ainda tem como desafios para alcançar uma trajetória bem sucedida.
- ✓ Coordenar as atividades (Rede, empresas e CD)
- ✓ Aumentar numero de lojas no estado de Minas Gerais;
- ✓ Ampliar Mix de Produtos avançando outros segmentos ;



# Oportunidades

- ✓ Ampliar importações;
- ✓ Montar uma loja modelo ;
- ✓ Desenvolver uma escola de profissionais especializada no setor ;



**OBRIGADA!!!!**

[vera.lopes@sebraemg.com.br](mailto:vera.lopes@sebraemg.com.br)

**55.31.3379.9169**

6° CLAC

Sexto Congresso Latinoamericano de Clusters





APOIO:



ORGANIZAÇÃO:



6° CLAC

Sexto Congresso Latinoamericano de Clusters