



◆ NOSSA FILOSOFIA

Os colaboradores são nosso ativo mais importante.

◆ NOSSO OBJETIVO

Obter lucros para nossos acionistas e aumentar o valor de seus investimentos a cada ano.

www.dana.com.br

Fazer o que É melhor para a Dana

Melhoria Contínua

Educar

Trabalho de equipe

Fortalecidos pela diversidade

Confiança

As pessoas são nosso ativo mais importante

DANA

Gente Encontrando A Melhor Solução®

Promover Internamente

Inovação

Bom Cidadão

Fazer o que É melhor para a Dana

Melhoria Contínua

Educar

Trabalho de equipe

Fortalecidos pela diversidade

Confiança

As pessoas são nosso ativo mais importante

DANA

Gente Encontrando A Melhor Solução®

Promover Internamente

Inovação

Bom Cidadão

O Estilo Dana

O Estilo Dana

OBJETIVO

- Gerar lucros para nossos acionistas e aumentar o valor dos seus investimentos a cada ano

CRESCIMENTO

- Melhorar nossa participação no mercado, crescendo em ritmo mais rápido que nossos mercados
- Ser o número um ou o número dois no mercado global de cada produto
- Atingir 6,5% em crescimento interno, 3,5% em aquisições — um total de 10%

RECURSOS HUMANOS

- Os funcionários são os nossos ativos mais importantes
- Gente encontrando a melhor solução
- 90% dos negócios são recursos humanos e 10% capital
- Treinar — 40 horas por pessoa ao ano
- Ser produtivo
- Avaliação anual de desempenho
- Fortalecimento pela diversidade
- Identificar-se com a Dana
- Dana University
- Duas idéias por pessoa ao mês — 80% implementados
- Sinergia – intercâmbio de treinamento – entre regiões e entre unidades de negócios
- Compromisso
- Supervisor Certificado Dana
- Incentivar todos os funcionários a se tornarem acionistas da empresa
- Os funcionários estabelecem suas próprias metas e avaliam seu desempenho — administração por objetivos
- Saúde e segurança
- Especialistas em sua área de trabalho
- Responsáveis pelas suas próprias carreiras
- Orgulhar-se de seus funcionários

LIDERANÇA

- DQLP - Processo Dana de Liderança em Qualidade com objetivo Seis Sigma
- Visão do futuro
- Capacidade de mudar
- Senso de urgência
- Aumentar a produtividade a cada ano
- Promoção interna baseada em performance
- Trabalho em equipe
- Liderar pelo exemplo
- Quatro palavras mágicas.– “O que you acha”
- Confiança
- Respeito pelas pessoas – reconhecimento
- Encorajar o crescimento das pessoas
- A possibilidade de falhar
- Reconhecer e recompensar o sucesso
- Altos padrões de ética e integridade
- Ouvir
- Fazer o que é o melhor para a empresa como um todo

PLANEJAMENTO

- Transformação 2005
- Estratégias globais para produtos e unidades de negócios
- Planos estratégicos regionais
- Mid Year*
- Hell Week*

TECNOLOGIA

- De categoria mundial
- Inovação

FORNECEDORES

- Contar com o máximo em qualidade e preço dos fornecedores
- Reconhecer a importância do papel desempenhado pelos fornecedores para o alcance de objetivos estratégicos pela Dana
- Buscar contínuas melhoras da competência dos fornecedores
- Iniciativas on-line

ORGANIZAÇÃO

- Descentralizar
- Cinco níveis de gerência até o World Operating Committee (Comitê de Operação Mundial)
- Transformação
- Reduzir ao mínimo os procedimentos gerais na empresa
- Responsabilidade com autoridade
- Iniciativa
- Manter unidades operacionais com menos de 500 funcionários
- Política de portas abertas

QUALIDADE

- Aprimoramento contínuo
- Avaliar, avaliar, avaliar
- Qualidade total
- Submeter a benchmark (medir o desempenho)
- Eliminar desperdício e burocracia

CLIENTES

- Satisfação total do cliente – entusiasmo em servir
- Superar as expectativas dos clientes
- Criar valor para nossos clientes
- Foco no Cliente
- Conectividade

COMUNICAÇÃO

- Comunicar! Comunicar! Comunicar!
- Informar primeiro os funcionários da Dana
- Comunicação boca a boca
- Reuniões de Comunicações Globais

PRINCÍPIOS DE CIDADANIA

- A Dana será uma boa cidadã em todo o mundo
- Respeitar o meio ambiente

