



MANUAL DA CULTURA ABRA – VALORES E PESSOAS

Introdução:

Os valores de uma empresa moldam a sua cultura. Servem como um guia para a tomada de decisão de todos os colaboradores sendo, portanto, o coração e a identidade da empresa.

Para a redefinição dos nossos valores, a Abra optou por um processo democrático de diálogo com membros de diferentes equipes e setores. A seleção final de valores reflete a união entre **o que somos e o que acreditamos** como organização, e para torna-los cada vez reais na nossa cultura, contamos com você participativo nessa evolução!

Nossos valores são:

Respeito e Integridade

Trabalho em Equipe

Diversidade

Excelência

Foco no Cliente

Renovação e Inovação

Acreditamos na força da nossa palavra: Lidamos uns com os outros sempre com **RESPEITO** e com **INTEGRIDADE**. Se prometemos algo, precisamos cumprir.

Respeito - O respeito é a base das relações na Abra. Se entendemos que a diversidade de pontos de vista é o gatilho para a nossa evolução, sem o respeito pelo diferente nós perdemos nosso sentido como marca. Da mesma forma, o respeito é irmão da consideração. Deve estar presente nas reuniões, no relacionamento com os clientes, nas entrevistas com os candidatos e em todos os momentos do início ao fim do dia. Tom de voz, olho no olho, escuta atenta e celular de lado fazem parte do Respeito que precisamos ter uns com os outros.



Integridade – Integridade é ser verdadeiro, cumprir com o prometido e agir corretamente. Tanta história no varejo só foi possível com a confiança dos nossos parceiros e colaboradores na nossa palavra. Aqui ela vale muito! Na prática, isso conta para a “entrega do relatório na semana que vem” ou para a garantia que você deu de “revisar determinado processo”. Se prometeu, cumpra, e se achar que não vai conseguir, sempre é possível avisar aos envolvidos. Só atingiremos o máximo de produtividade como time quando pautarmos as nossas relações do dia a dia com confiança e transparência.

(A)gente aqui é junto: Trabalhamos em **EQUIPE**. Não existe estrela, camisa 10 ou capitão. Todo time ganha ou todo time perde. Nas vitórias, celebramos juntos. Nas derrotas, aprendemos para seguirmos mais fortes na próxima.

Trabalho em equipe – Na ABRA, o que importa é o grupo! Pouco interessa quem teve a melhor ideia (existem aos montes por aí), a magia está em coloca-la para funcionar juntos. Reunir, planejar, criar, tudo só faz sentido em equipe, sempre com muita troca, harmonia e cumplicidade. Aqui você pode assumir o papel de líder em um grande projeto, mas ter menos protagonismo em outros. Se você lida bem com essa alternância de posição, criando espaço para outros jogadores brilharem, você faz parte do nosso time.

Como equipe, precisamos lidar com as nossas diferenças. Aqui, vale a máxima de “uma boca e dois ouvidos”, portanto, OUÇA! Entenda que cada um de nós tem a sua história, pontos fortes, dificuldades, e o que é óbvio para você pode ser complexo para o outro. A iniciativa para dar suporte, humildade para reconhecer outra ideia e a empatia para se colocar no lugar do outro são exemplos chave do que devemos promover como grupo para evoluirmos juntos.

Acreditamos na mistura: De histórias, pessoas, ideias e saberes. Entendemos a força da **DIVERSIDADE** para o nosso crescimento.

Diversidade – Para uma marca que tem o Respeito como seu principal valor, seria crítico caso atuássemos de forma pouco inclusiva. Todos têm espaço para mostrar seu trabalho e evoluir junto com a Abra. Quando buscamos novos talentos no mercado, não importa a orientação



sexual, crenças, raça ou qualquer outro aspecto que não seja a sua capacidade profissional e vontade de fazer parte do nosso time. Da mesma forma, reforçamos que isso não será um fator determinante para seu crescimento dentro da empresa. Apesar dos colaboradores perceberem a diversidade como um valor da empresa, incluí-la oficialmente foi algo pensado e (re)pensado, pois não queremos soar marketeiros e sabemos que ainda temos um longo caminho pela frente. Precisamos estar sempre com uma lupa aos detalhes, pois sabemos que o assunto demanda cuidado. Vamos em frente, um passo de cada vez, com você nos ajudando a evoluir nesse sentido!

Ouvir para evoluir: Estamos incessantemente em busca de **EXCELÊNCIA** para se relacionar com o **CLIENTE** da melhor forma possível, com a consciência que nunca chegaremos no destino final. O processo é constante e é o que nos motiva todos os dias.

Excelência – Uma operação de varejo de móveis precisa ser inconformada com ela mesmo no sentido de buscar ininterruptamente por excelência. A Abra já abriu diversas lojas físicas, já passou por 3 Centros de Distribuição, criou novas marcas, ou seja, buscou sempre evoluir para Criar Mais Valor na sua oferta. No final das contas, é isso que nos diferencia da concorrência e o que nos faz crescer! Existem melhorias que criam esse impacto de maneira objetiva e existem oportunidades mais indiretas, mas não menos importantes, aos montes por aí: readequação de processos, melhor integração entre equipes e redução de custos são alguns exemplos. Economizar (dinheiro e tempo) significa ter mais solidez para poder reinvestir em outros projetos que tragam ainda mais Valor para o cliente. Para enxergarmos essas oportunidades, duvide dos problemas que “não tem solução”! Nossa história mostra que muitos mitos do passado foram vencidos, e que no mínimo, todo problema pode ser atenuado. A ansiedade de resolver totalmente um problema pode nos cegar sobre o caminho de evolução passo-a-passo. A partir um novo estágio, um novo ângulo, enxergamos uma nova solução. O olhar atento, boas perguntas, analisar os dados disponíveis e arregaçar as mangas é o que nos fará chegar à excelência.

Foco no Cliente – “Focar no cliente” é um clichê, e precisamos entender o que queremos nesse sentido. No dia a dia de cada um, devemos sempre nos perguntar 2 coisas: Como é a experiência do cliente do 1º contato com a ABRA até ter o seu produto entregue em casa? A experiência



continua sendo positiva no longo prazo? Se você ficar alguma dúvida, precisamos dar um passo atrás. Trabalhar em um varejo de móveis é ter a única certeza que teremos muitos imprevistos pela frente, pois dependemos de uma cadeia com vários parceiros. Basta uma engrenagem falhar para termos grávida decepcionada com o atraso do seu berço ou um casal que acabou de se mudar sem seu sofá principal na sala. Precisamos ser resilientes e obstinados na resolução de problemas, e focados ao máximo nos processos mais sensíveis que envolvem a satisfação dos nossos clientes com a ABRA.

A boa notícia é que muito da boa experiência e da excelência podem ser alcançadas com pequenas ações e baixo custo. Atuar com simplicidade é uma virtude que funciona como um guia na solução dos nossos desafios.

Queremos mudar também: Buscamos pessoas que tragam **RENOVAÇÃO e INOVAÇÃO** para transformar uma marca de mais de 35 anos. Quando ouvir que algo "sempre foi feito dessa forma", você está diante de uma oportunidade. Abrace essa mudança!

Renovação e Inovação – Já mudamos bastante nessa trajetória. O antigo comércio de móveis infantis virou um e-commerce nacional, aonde ofertamos nossas linhas cada vez mais amplas de produtos exclusivos. O serviço de entrega se transformou em um leque de alternativas: 24 horas, retirada em diversos pontos, e envio direto do fornecedor são opções ao gosto do cliente. Para completar, as lojas físicas estão cada vez mais integradas ao E-Commerce, e nossas equipes preparadas para atender demandas de pós-venda por diversos canais. Apesar de termos feito muito, temos ainda um longo caminho rumo a Inovação. Pensar “fora da caixa”, testar rápido e pequeno, descartar o que não funcionou, focar no essencial e investir no que deu certo viraram uma questão de sobrevivência. Partimos do princípio que o futuro é desconhecido e não temos (e não queremos) ter certeza de nada. Fundamental ter humildade para desbravar novos mares, e sensibilidade para nos adaptar às mudanças dos ventos. Cuidado ao ouvir ou falar que “sempre foi feito assim”. Esse pensamento está no outro século, e se você está entrando hoje na empresa, ou se está com a gente há mais de 20 anos, precisamos que traga seu lado inovador.

