

1. Record Nr.	UNINA9910984665903321
Autore	Moreira Rogério Magela
Titolo	A Aplicação Do Balanced Scorecard (BSC) Em Empresa Concessionária de Veículos Automotores
Pubbl/distr/stampa	Belo Horizonte : , : Editora Dialética, , 2023 ©2023
ISBN	9786525284477
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (95 pages)
Soggetti	Balanced scorecard (Management) Strategic planning
Lingua di pubblicazione	Portoghese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	<p>Intro -- Folha de Rosto -- Créditos -- 1 INTRODUÇÃO -- 1.1 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA -- 1.2 OBJETIVOS -- 1.2.1 Objetivo geral -- 1.2.2 Objetivos específicos -- 1.3 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO -- 1.4 ORGANIZAÇÃO DA DISSERTAÇÃO -- 2 CARACTERIZAÇÕES DO SETOR AUTOMOTIVO E DO NEGÓCIO DE CONCESSIONÁRIAS DE VEÍCULOS -- 2.1 CARACTERIZAÇÃO DO SETOR AUTOMOTIVO BRASILEIRO -- 2.2 CARACTERIZAÇÃO DO SEGMENTO DE CONCESSIONÁRIAS DE VEÍCULOS -- 3 REFERENCIAL TEÓRICO -- 3.1 CONCEITOS DE ESTRATÉGIA EMPRESARIAL, COMPETITIVIDADE E VANTAGEM COMPETITIVA -- 3.1.1 Estratégia empresarial -- 3.1.2 Planejamento estratégico -- 3.1.3 Vantagem competitiva -- 3.2 BALANCED SCORECARD: DA CRIAÇÃO À IMPLANTAÇÃO COMO SISTEMA DE GERENCIAMENTO DA ESTRATÉGIA -- 3.2.1 As organizações do período industrial à era da informação -- 3.2.2 A origem do Balanced Scorecard -- 3.2.3 O Balanced Scorecard e suas perspectivas -- 3.2.3.1 Perspectiva financeira -- 3.2.3.2 Perspectiva de clientes -- 3.2.3.3 Perspectiva de processos internos -- 3.2.3.4 Perspectiva de aprendizado e crescimento -- 3.3. MAPAS ESTRATÉGICOS -- 3.3.1 A construção de painéis de indicadores -- 3.3.2 O Balanced Scorecard como ferramenta gerencial -- 3.3.3 Como o Balanced Scorecard pode gerar vantagem competitiva -- 3.3.4 Desafios para a construção do balanced scorecard bem-sucedido -- 4 METODOLOGIA -- 4.1 TIPO DE PESQUISA -- 5 COLETA E ANÁLISE DOS</p>

RESULTADOS -- 5.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA EM ESTUDO -- 5.2
DIAGNÓSTICO E ANÁLISE DA SITUAÇÃO INICIAL (FASE EXPLORATÓRIA)
-- 5.2.1 Análise da situação dos departamentos comerciais -- 5.3.

ANÁLISE DE ESTRUTURA DE RECURSOS HUMANOS E DE SATISFAÇÃO
DOS CLIENTES -- 5.3.1. Turnover -- 5.3.2. Índice de satisfação dos
clientes -- 5.3.3. Pesquisa de clima -- 5.4 FASE DE IMPLANTAÇÃO DO
BSC (FASE DA AÇÃO) -- 5.5 A DIFUSÃO E O ACOMPANHAMENTO DOS
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

5.6 FASE DE AVALIAÇÃO DA ADERÊNCIA E AJUSTE DA METODOLOGIA --
5.7 ANÁLISE COMPARATIVA DA IMPLANTAÇÃO DO BALANCED
SCORECARD NA EMPRESA EM ESTUDO, CONFORME O MODELO
PROPOSTO POR KAPLAN E NORTON (1997) -- 5.8 O ESTÁGIO ATUAL
DO BSC NA ORGANIZAÇÃO EM ESTUDO -- 5.9 DIFICULDADES E
DESAFIOS ENCONTRADOS E NÃO SUPERADOS PARA A IMPLANTAÇÃO
BEM-SUCEDIDA DO BSC -- 5.10 PONTOS IMPORTANTES A SEREM
DESTACADOS PARA A IMPLANTAÇÃO DO BSC -- 6 CONCLUSÕES,
LIMITAÇÕES À PESQUISA E OUTROS ASPECTOS IMPORTANTES -- 6.1
CONCLUSÕES -- 6.2 LIMITAÇÃO DA PESQUISA -- REFERÊNCIAS --
APÊNDICES E ANEXO -- APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO COM
COLABORADORES -- APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO COM GESTORES --
ANEXO A - LEI 6729/79 ALTERADO PELA LEI 8132/90 "LEI RENATO
FERRARI".

Sommario/riassunto

Em resposta as demandas competitivas e as mudanças econômicas ocorridas nos últimos anos, as organizações foram obrigadas a buscar soluções cada vez mais rápidas para atendê-las. A metodologia Balanced Scorecard (BSC) foi a ferramenta escolhida neste estudo para buscar atender a essa proposta. Aspectos que levaram a escolha do tema e a avaliação do problema da pesquisa: a) o segmento de concessionárias de veículos automotores; b) as deficiências percebidas das informações gerenciais tradicionais para a melhor tomada de decisão; c) a avaliação da implementação da metodologia considerando os desafios e as dificuldades. Foram propostos seguintes objetivos: geral - analisar o processo de implementação da metodologia, seus desafios e dificuldades para o sucesso ou não de sua implementação; específicos: a) a comparação com o modelo sugerido pelos criadores; b) a análise do estágio atual de implementação da ferramenta; c) a identificação dos principais desafios e dificuldades enfrentadas e o posicionamento da organização perante estas; d) destaque dos pontos indicados na literatura; e) estabelecer quais foram os resultados iniciais obtidos com relação à busca de vantagem competitiva. E, por fim, entender como as empresas atribuem o sucesso ou insucesso de suas estratégias, apoiadas em indicadores apenas financeiros e com pouca atenção aos processos que subsidiam estes.
