

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	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

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 mudancas economicas ocorridas nos ultimos anos, as organizacoes foram obrigadas a buscar solucoes cada vez mais rapidas para atende-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 avaliacao do problema da pesquisa: a) o segmento de concessionarias de veiculos automotores; b) as carencias percebidas das informacoes gerenciais tradicionais para a melhor tomada de decisao; c) a avaliacao da implantacao da metodologia considerando os desafios e as dificuldades. Foram propostos seguintes objetivos: geral - analisar o processo de implantacao da metodologia, seus desafios e dificuldades para o sucesso ou nao de sua implementacao; especificos: a) a comparacao com o modelo sugerido pelos criadores; b) a analise do estagio atual de implementacao da ferramenta; c) a identificacao dos principais desafios e dificuldades enfrentadas e o posicionamento da organizacao perante estas; d) destaque dos pontos indicados na literatura; e) estabelecer quais foram os resultados iniciais obtidos com relacao a busca de vantagem competitiva. E, por fim, entender como as empresas atribuem o sucesso ou insucesso de suas estrategias, apoiadas em indicadores apenas financeiros e com pouca atencao aos processos que subsidiam estes.

---