

PROJETOS DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

Aula 5 – BSC: Balanced Scorecard

Prof. Fabiano Nezello, Msc

DESVENDANDO O BSC

Balanced Scorecard é uma metodologia de medição e gestão de desempenho desenvolvida pelos professores da Harvard Business School, Robert Kaplan e David Norton.

O principal objetivo do **BSC** é o alinhamento do planejamento estratégico com as ações operacionais da empresa.

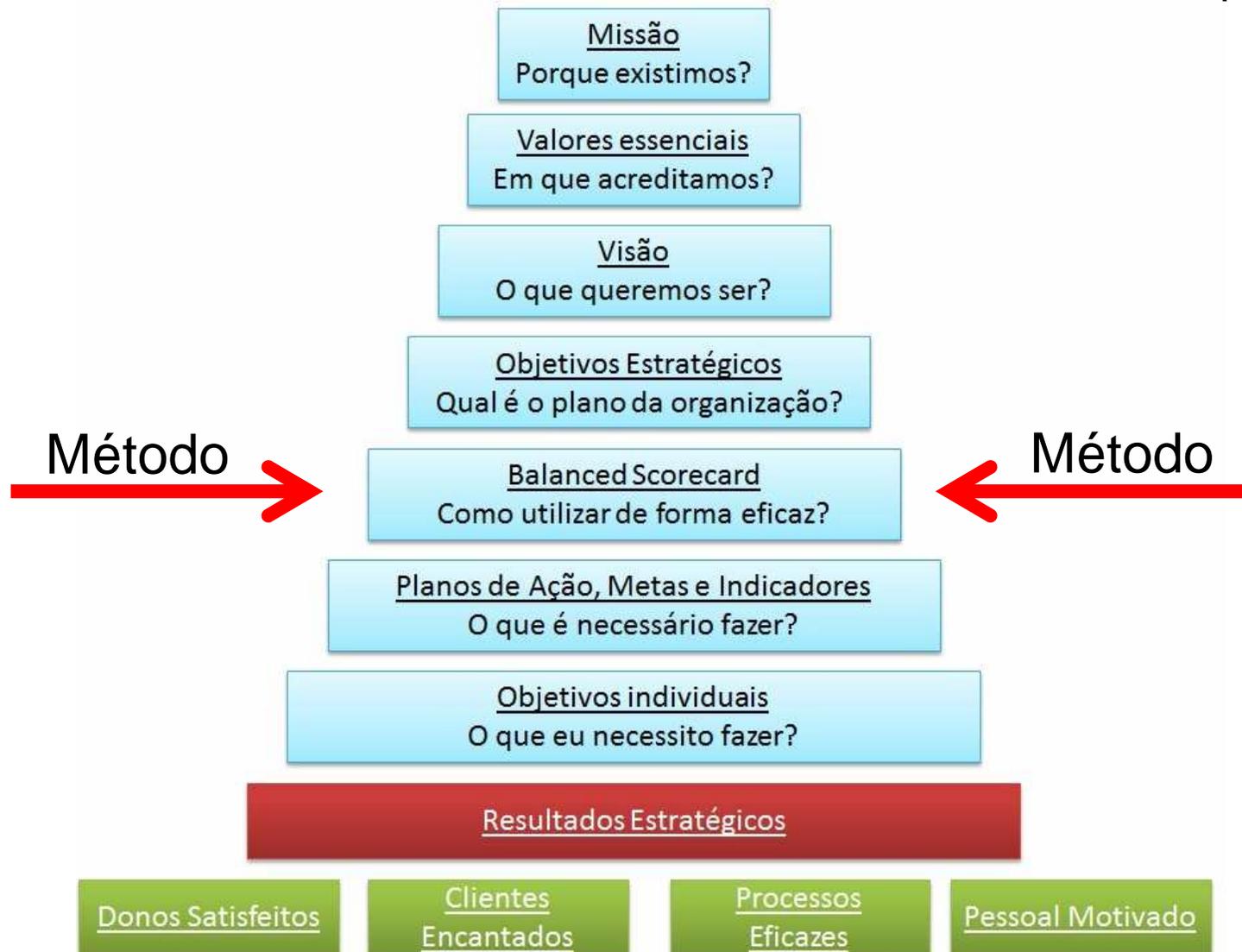


DESVENDANDO O BSC

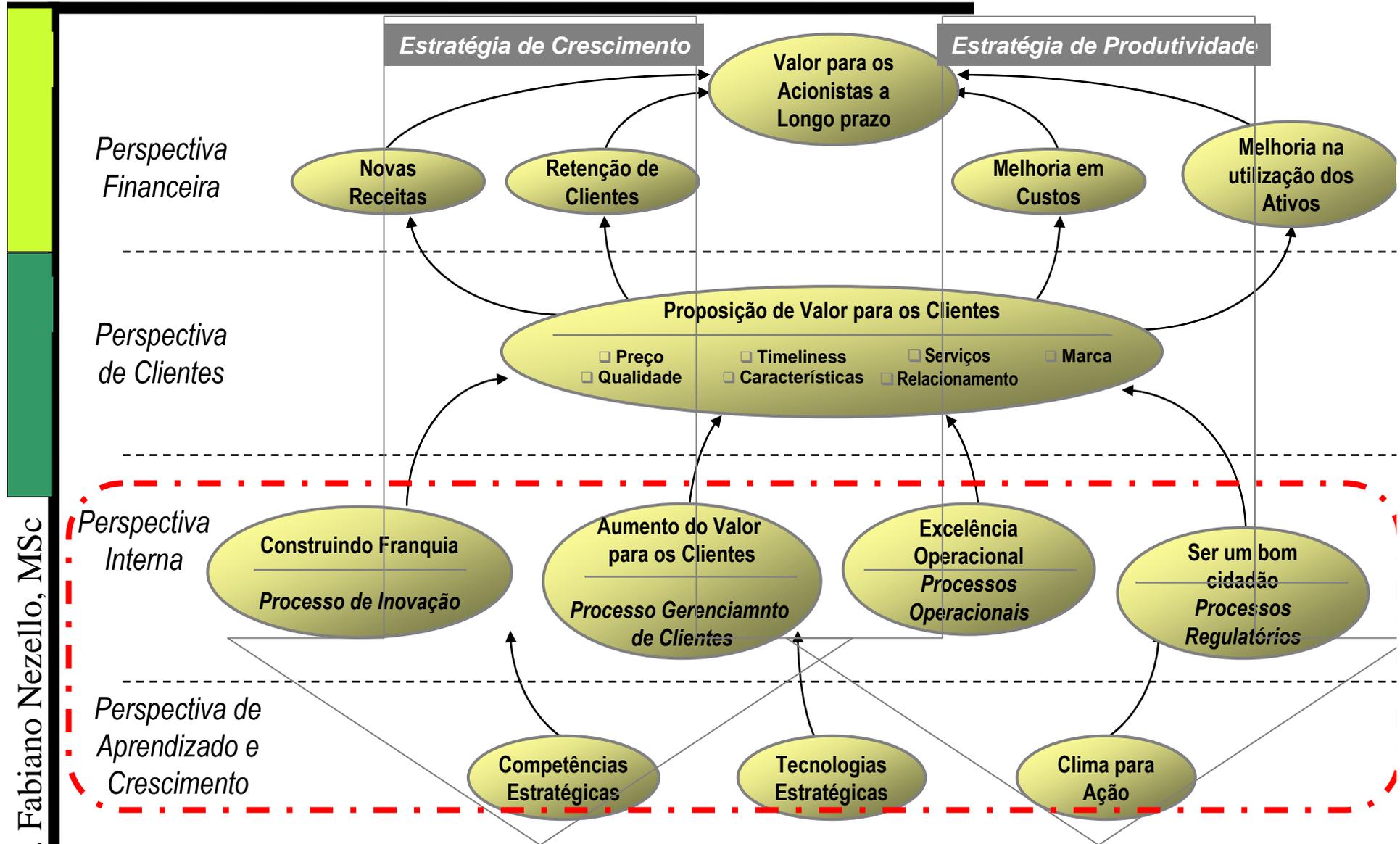


O **BSC** organiza-se em torno de quatro perspectivas: **financeira, do cliente, interna e de inovação e aprendizagem e crescimento.**

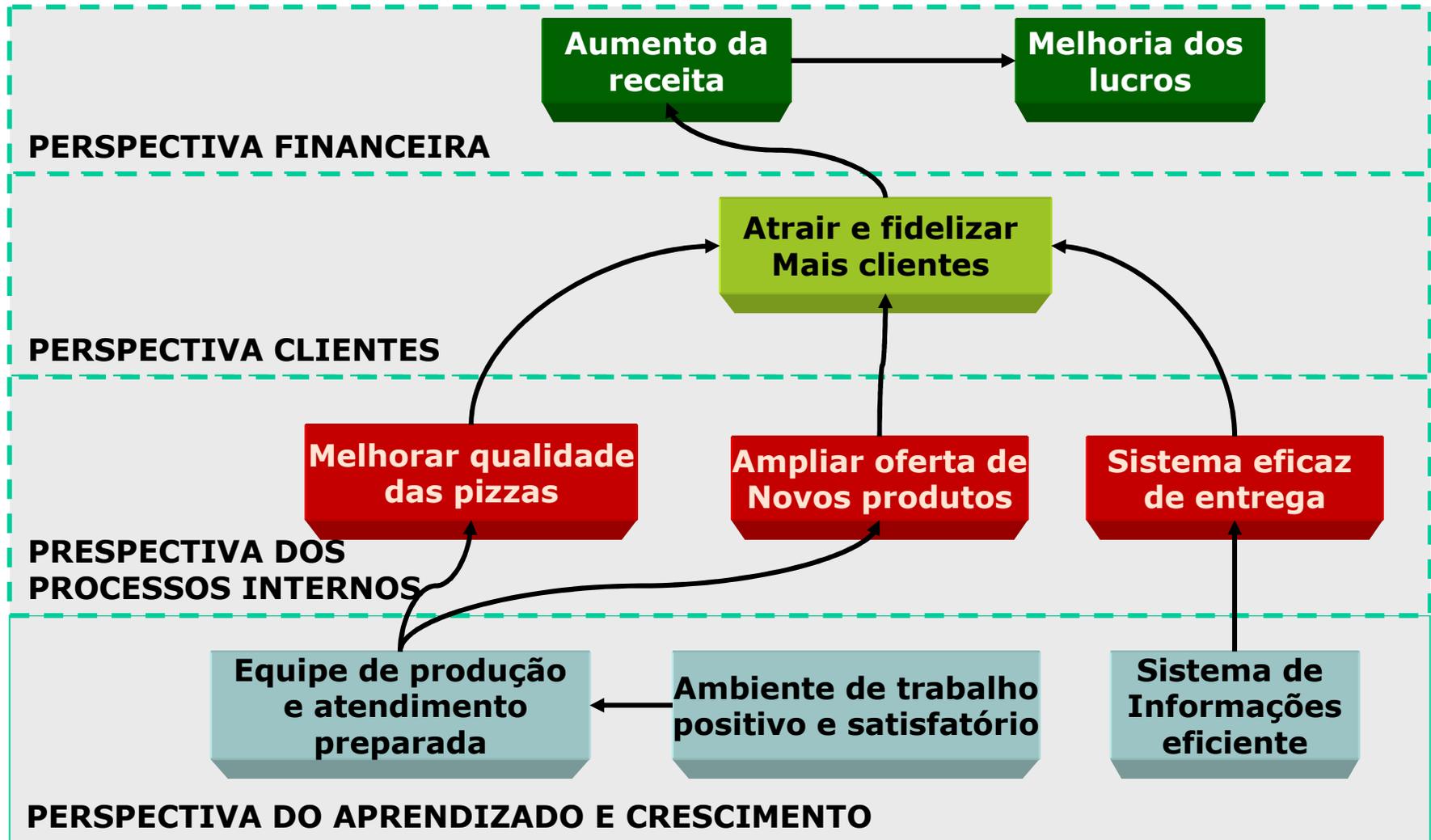
DESDOBRAMENTO



O MAPA ESTRATÉGICO DO BSC

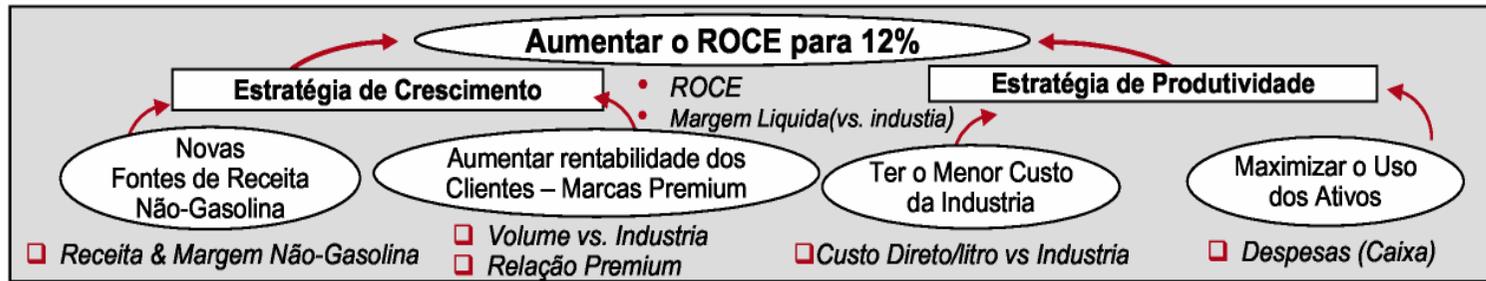


EXEMPLO DE UM BALANCED SCORECARD: Pizzaria



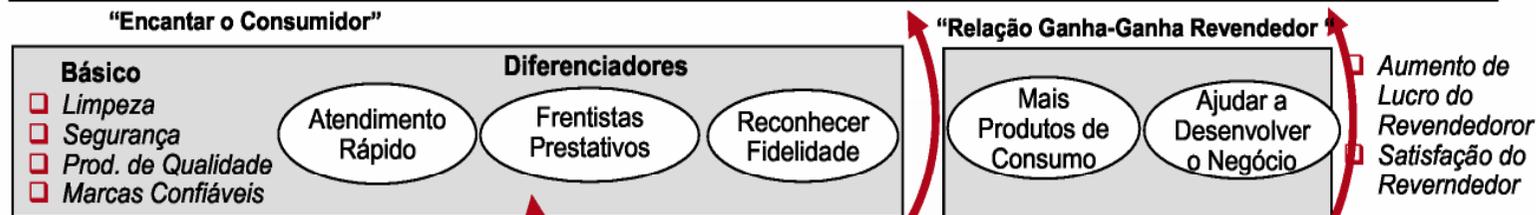
EXEMPLO REAL DE UM BSC: EMPRESA Y

Perspectiva Financeira



Perspectiva do Cliente

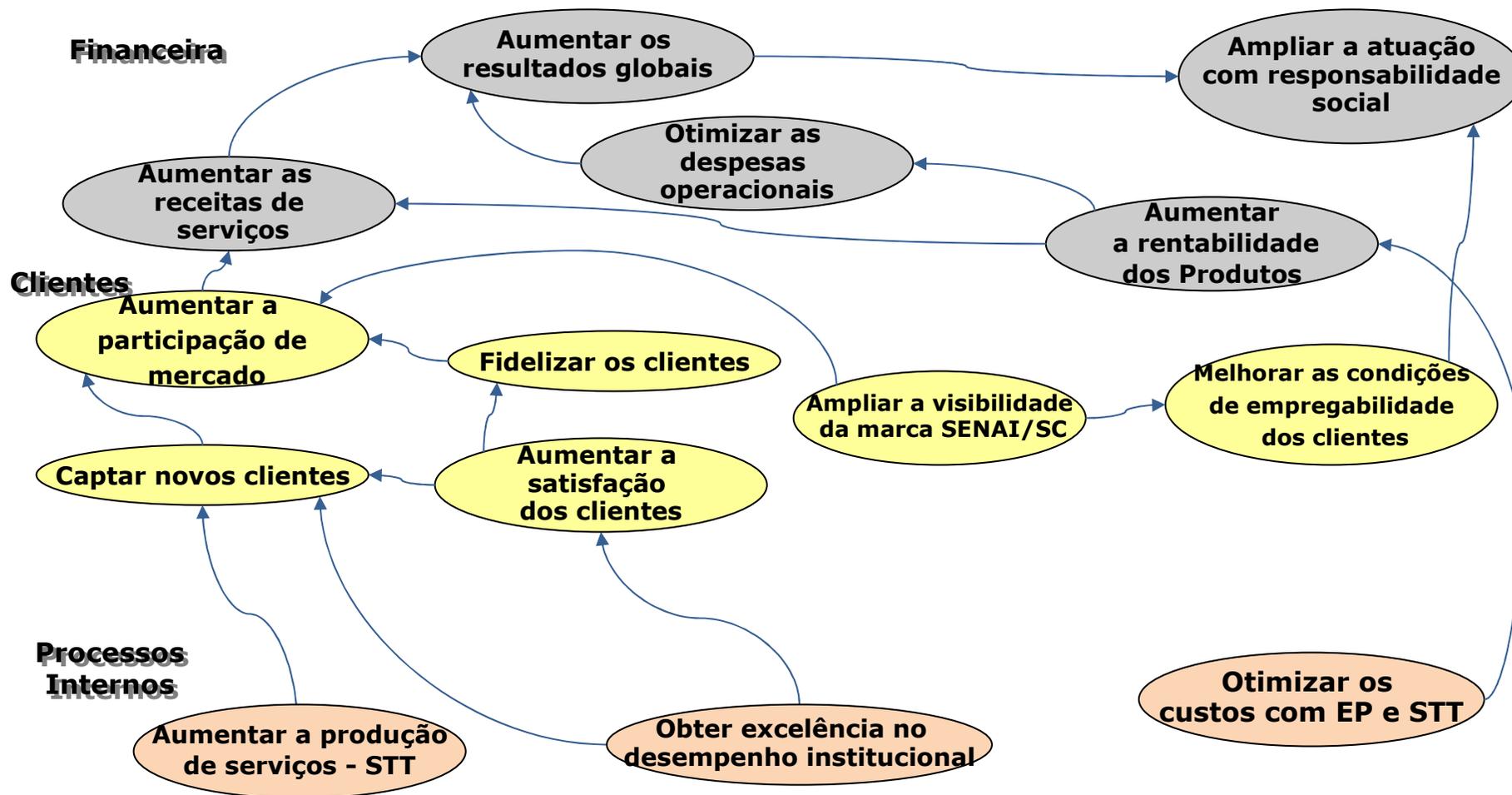
- Comprador Fantasma
- Share nos Segmentos Alvos



Perspectiva Interna



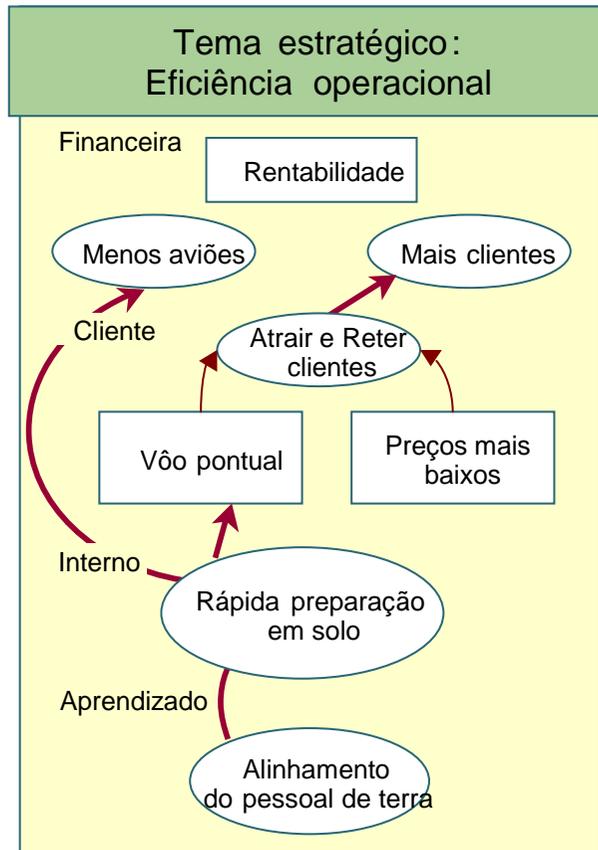
EXEMPLO REAL DE UM BSC: EMPRESA Z



VETORES OU OBJETIVOS ESTRATÉGICOS E O BSC

BSC: Implementando a Estratégia

Mapa Estratégico
Diagrama das relações de causa efeito entre objetivos estratégicos



O que a estratégia deve alcançar e o que é crítico para seu sucesso?

Como será medido e acompanhado o sucesso do o alcance da estratégia?

O nível de desempenho ou a taxa de melhoria necessários

Ações chave necessários para se alcançarem os objetivos

Objetivos	Indicadores	Meta	Planos de Ação
<ul style="list-style-type: none"> Rápida preparação em solo 	<ul style="list-style-type: none"> Tempo de parada % Partidas pontuais 	<ul style="list-style-type: none"> 30 Minutos 90% 	<ul style="list-style-type: none"> Programa de otimização da duração do ciclo

Link com a
Qualidade Total

Definição de um Indicador – Carteira de Identidade do Indicador

Exemplo

Nome do Indicador: Satisfação dos Clientes			
Definição: Nível médio de satisfação dos clientes com a empresa e seus produtos		Objetivo do Indicador: Acompanhar o grau de satisfação dos clientes com os produtos / serviços e atendimento da empresa	
Sigla: SCE	Unidade de Medida: Conceito	Periodicidade: Semestral	Coleta de Dados: Amostras mensais
Fórmula de Cálculo: Média das notas obtidas numa escala Likert		Meta: Muito Satisfeito	Parâmetro: >
Fonte: Empresa contratada para realizar a pesquisa		Automação do Indicador: Não há	
Limite de Controle Inferior: Parcialmente Satisfeito		Limite de Controle Superior: Não há	
Metodologia de Medição: As pesquisas de satisfação, feitas mensalmente por uma empresa contratada, são compiladas semestralmente e as médias das notas recebidas, através de uma escala Likert, para cada item questionado são lançadas em gráficos para posterior análise das áreas de Marketing, Vendas e Pós-Vendas. Uma nota global também é atribuída à empresa, pelos clientes entrevistados			
Análise do Indicador: É feita através de gráficos das médias das notas dadas pelos clientes, em cada item questionado, incluindo a nota global, através de relatório emitido pela área de inteligência competitiva			
Público-alvo: Departamentos de Vendas, Pós-vendas e Marketing		Responsável: Inteligência competitiva	
Observações: Este indicador é parte integrante do processo de Pesquisa de Satisfação de Clientes			

Exemplos de Indicadores de um BSC

Perspectiva Aprendizado e Crescimento



Objetivos	Indicadores	Metas
Desenvolver e Manter Competências Críticas	Índice de Treinamento dos Key-people	90%
	Índice de Turn-over dos Key-people	10%
	Cumprimento do Plano de Capacitação	85%
	Índice de Desligamentos de Empregados de Alto Desempenho	7%
Garantir Adequada Gestão de Recursos Humanos e de Comunicação Interna	Eficácia da Comunicação Interna (Quiz, Entrevistas, etc.)	85%
	Índice de Satisfação dos Funcionários	75% de "Muito Satisfeito"
	Índice de Desligamentos	12%
Ambiente de Trabalho Inovador, com Foco no Cliente e na Otimização de Resultados	Resultado da Pesquisa de Satisfação no item "Foco no Cliente"	75% em "Concordo Fortemente"
	Resultado da Pesquisa de Satisfação no item "Empresa Inovadora"	75% em "Concordo Fortemente"
	Hit-rate dos Objetivos Estratégicos	90%

Cada equipe deverá:

- 1** Estudar o Mapa Estratégico da empresa Y
- 2** Definir os objetivos estratégicos da perspectiva de Crescimento e Aprendizagem do Mapa.
- 3** Desenvolver dois indicadores para cada objetivo na perspectiva de crescimento e aprendizagem, com suas respectivas carteiras de identidade.
- 4** Descrever 2 (duas) ações para cada Objetivo Estratégico, definidos na perspectiva de Crescimento e Aprendizado, visando o alcance deles.