

ISAN – Instituto Superior de Administração e Negócios
FGV – Fundação Getúlio Vargas
MBA em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria

CONTROLADORIA, Balanced Scorecard.

Profº. José Hernandez Perez Júnior, Mestre

Francisco Morevi
Isabela Clementino
Jamila Tzah
Maria do Socorro Amador

São Luis – Ma

2011

BALANCED SCORECARD (BSC)

CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

Razão social	Belas Modas LTDA						
C. N. P. J.	01.221.666/0001-00						
Endereço	Rua Principal, nº 444 – Shopping Monumental						
Bairro	Renascença II				C. E. P.	65.000-280	
Cidade	São Luis				UF	Ma	
Telefone	098	2106-0000					
Nome do contato referente a compra	Socorro Amador						
Tipo de Local	Próprio		<input checked="" type="checkbox"/>				
	Alugado		<input type="checkbox"/>				
Data da Fundação	03/2008		Tempo no Local	02	Anos	07	meses
E-mail:	belamodas.com.br						
Faturamento mensal (Média / Mês)	R\$ 80.000,00						

DADOS BANCÁRIOS

Código Banco	001		Nome do Banco	Banco do Brasil S/A			
Agência (Código)	0001	x	Conta nº	02656	DV	9	

ESTILO DE GESTÃO (VALORES)

A gestão da Empresa é participativa e descentralizada em forma de unidades de negócio, feita por profissionais empreendedoras, visando de forma franca e aberta, o comprometimento e dedicação de todas, de forma transparente focando a satisfação do nosso cliente.

MISSÃO

Comercializar produtos de moda com qualidade a preços competitivos excelência na prestação de serviços, conquistando a liderança, sempre orientados pelo mercado.

VISÃO

Encantar a todos é a nossa realização.

MAPA ESTRATÉGICO

PERSPECTIVA FINANCEIRA			
Objetivo	Iniciativa Estratégica	Indicador	Meta
Aumento de Lucratividade	Aumentar a Margem de Contribuição	Custo por peça	Aumentar 20%
Preços Competitivos	Negociação com Fornecedores	Custo por peça	Diminuir em 10% as Despesas Fixas e Variáveis
Diversificação dos Produtos	Pesquisa de Campo	Necessidade do cliente	Apresentar no mínimo 3 tipos de diversificações aos clientes
Aumentar o prazo de pagamento de fornecedores	Negociação de Prazo de pagamento com fornecedores	Quantidade de parcelas	Parcelar as obrigações no mínimo em 3 parcelas a mais que o recebimento dos direitos
PERSPECTIVA DO CLIENTE			
Objetivo	Iniciativa Estratégica	Indicador	Meta
Aumentar a carteira de clientes	Conquistar novos clientes	Aumento da carteira de cliente	Aumentar em 15% ao mês
Aumentar quantidade de vendas	Campanha de marketing	Aumento percentual venda mês	Aumentar em 15% em relação anterior
Satisfação do Cliente	Investimento em novas marcas	Pesquisa de satisfação do cliente	90% satisfeitos
PERSPECTIVA PROCESSOS INTERNOS			
Objetivo	Iniciativa Estratégica	Indicador	Meta
Redução de defeitos	Aperfeiçoamento do processo	Quantidade de defeitos	Zero defeitos
Redução de defeitos	Treinamento de pessoal	Horas de treinamento por funcionário	40 horas anuais
PERSPECTIVA INOVAÇÃO E APRENDIZAGEM			
Objetivo	Iniciativa Estratégica	Indicador	Meta
Fidelizar o cliente	Programa de recompensas	Quantidade de clientes fidelizados	70% dos clientes contatados
Aumentar participação no mercado	Desenvolvimento de novos produtos	Quantidade de novos produtos lançados no mercado	10 novos produtos por ano