

Unisinos  
Sistemas de Informação

***Balanced Scorecard***

Diogo Gabriel Izele

Visão Sistêmica e Estratégia Organizacional

Tarefa Módulo 6

2022

1. Selecionar uma empresa e apresentar brevemente o ramo de negócio desta empresa. CWI Software. Desde o início a CWI tem o desenvolvimento de software como objetivo principal, mas a ideia de que “a qualidade da entrega é o melhor vendedor” norteia nossas decisões e contribui para que hoje a CWI figure entre as maiores empresas de tecnologia do Brasil, com mais de mil colaboradores e ampla atuação nos segmentos de varejo, finanças, tecnologia e tantos outros.
2. Apresentar a missão e visão desta empresa.
  - Declaração de missão da organização: Missão: Oferecer mais que soluções tecnológicas relevantes, entregar estratégias que transformam mercados, hábitos e comportamentos. Faz parte de nós o desejo incessante pela excelência, adaptabilidade e transparência em todas as ações.
  - Declaração de missão da unidade de negócio: A grande atribuição da missão, como unidade de negócio, é pensar e construir sistemas de base tecnológica para diferentes aplicações, facilitando e entregando valor através da tecnologia.
  - Estratégia de unidade:
    - Foco na oferta de serviços estratégicos de construção, consolidação e divulgação de marcas.
    - Oferecemos a criação de conteúdos de comunicação e visual para execução de planejamentos estratégicos.
    - Assessoramos produtos digitais das mais diversas formas com foco total na usabilidade através de planejamento e estratégia.
    - Utilizamos ferramentas para gestão de incidentes e problemas.
3. Identificar seis objetivos estratégicos e enquadrar cada objetivo nas perspectivas do BSC.
  - **Perspectiva Financeira:**
    - Diversos benefícios internos e salários competitivos para os colaboradores, a CWI conta com uma equipe com mais de 1600

funcionários por todo o Brasil, fazendo-os permanecer na empresa e gerar valor financeiro.

- Receita teoricamente previsível, uma vez que a empresa atua na terceirização serviços de soluções digitais para outras grandes empresas de outros nichos, com grandes sistemas específicos para essas empresas (clientes da CWI).

- **Perspectiva do Cliente:**

- Retenção de clientes pelo fato de oferecer opções de soluções de software especializadas para a demanda de grandes empresas do mercado nacional e internacional.

- **Perspectiva Interna:**

- Agência digital interna que apoia a evolução da marca CWI, atendendo as demandas internas e estendendo os seus serviços para o mercado.

- **Perspectiva de Inovação e Aprendizado:**

- Alta circulação do conhecimento, onde profissionais mais experientes ministram uma série de palestras e workshops que os demais funcionários podem participar e incrementar seus conhecimentos.
- Formação de novos profissionais para o mercado tecnológico, com a possibilidade de ingresso na empresa com programas de primeiro emprego na tecnologia (Crescer), e transição de carreira (Reset).

4. Identificar seis indicadores e apresentar para cada indicador: Perspectiva do BSC, Objetivo estratégico, Nome do Indicador, Meta (%) e Programa de ação.

**Financeira:**

a) Objetivo 1: Beneficiar os colaboradores visando uma maior permanência na empresa, uma vez que a profissão (desenvolvedor de software/programador) possui um mercado muito aquecido e competitivo.

- Indicador: número de colaboradores crescente ou constante.
- Meta (%): 6
- Programa de ação: benefícios e salário competitivo, condizente com o mercado.

b) Objetivo 2: Possuir uma estimativa previsível do faturamento, por entregar soluções especializadas a grandes empresas.

- Indicador: permanência das relações e contratos com as grandes empresas (clientes da CWI).
- Meta (%): 80
- Programa de ação: entrega de serviços, sendo esses, grandes sistemas digitais, especializados na necessidade do cliente.

Clientes:

a) Objetivo 3: Retenção do cliente (permanência/relações comerciais duradouras)

- Indicador: relações duradouras.
- Meta (%): 80
- Programa de ação: grande satisfação do cliente ao entregar soluções especializadas nas necessidades do mesmo.

Processos Internos:

a) Objetivo 4: Gerenciamento de uma agência digital interna.

- Indicador: interação e alcance dos funcionários em diversos conteúdos construtivos em canais de comunicação internos.
- Meta (%): 50
- Plano de ação: criar e distribuir conteúdo de valor aos colaboradores da empresa.

Aprendizagem:

a) Objetivo 5: Circulação do conhecimento entre colaboradores.

- Indicador: melhora na expertise dos profissionais, gerando um ativo intangível.
- Meta (%): 60
- Plano de ação: disseminar conhecimento através de palestras, workshops, webinars e encontros online.

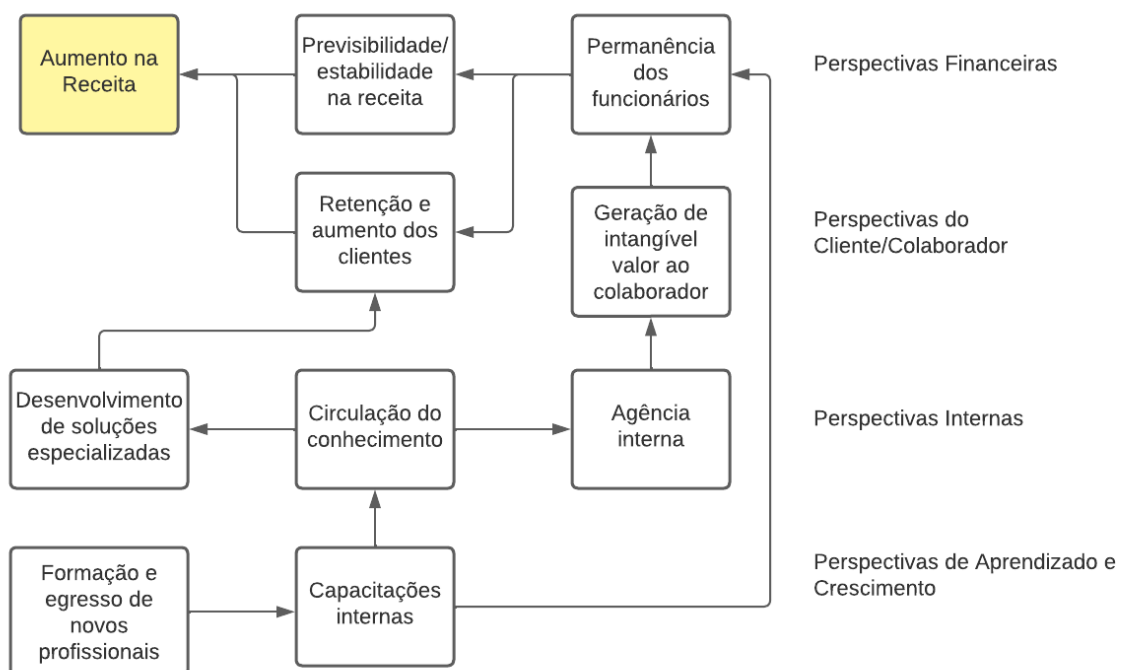
b) Objetivo 6: Formação de novos profissionais/colaboradores.

- Indicador: aumento no número de colaboradores.
- Meta (%): 40

- Plano de ação: por meio de divulgação, encontrar futuros profissionais para ingressarem na empresa, mas para isso, criar aulas e um programa de formação em tecnologia ministrado por colaboradores de níveis experientes da empresa.

5. Elabore um mapa sistêmico destacando a relação entre os indicadores identificados no item 4.

### Mapa Sistêmico



6. Apresente o mapa estratégico da organização, indicando neste mapa:

1. Cada perspectiva do BSC
2. Apresente o objetivo estratégico na respectiva perspectiva do BSC (conforme elaborado no item 3)
3. Insira as relações entre os objetivos estratégicos

# mapa estratégico

DIOGO GABRIEL IZELE

PERSPECTIVA FINANCEIRA	RECEITA ESTÁVEL E PREVISÍVEL	PERMANÊNCIA DOS FUNCIONARIOS	AUMENTO NA RECEITA
VALOR DOS CLIENTES	RETENÇÃO E PERMANÊNCIA DE CLIENTES	SOLUÇÕES ESPECIALIZADAS	
PERSPECTIVA INTERNA	AGÊNCIA INTERNA	DIVULGAÇÕES	CONTEÚDOS QUE AGREGAM VALOR
PERSPECTIVA DE APRENDIZADO E CRESCIMENTO	FORMAÇÃO DE NOVOS PROFISSIONAIS	CAPACITAÇÕES INTERNAS	CIRCULAÇÃO DO CONHECIMENTO INTERNAMENTE