

**MESTRE – ALUNO(A)**  
ALISSON MACIEL DAGOSTIN

**TÍTULO DA DISSERTAÇÃO FINAL**

**“IDENTIFICAÇÃO E PRIORIZAÇÃO DE INDICADORES DE DESEMPENHO PARA DECISÕES COMERCIAIS:  
UMA APLICAÇÃO DE VALUE FOCUSED THINKING E ANALYTIC NETWORK PROCESS.”**

**PROFESSOR(A) ORIENTADOR(A)**

Profa. Dra. Bruna Cristine Scarduelli Pacheco

**PROFESSOR COORIENTADOR**

Prof. Dr. Claudio Luís Piratelli

**DATA DEFESA**

27/08/2020

**RESUMO**

A competitividade no mundo dos negócios tornou o conhecimento dos assuntos e requisitos do cliente um fator primordial para o sucesso. O bom entendimento das necessidades e dos potenciais resulta em uma estratégia planejada e adequada. Em relação a essa pesquisa, o estudo foi realizado na área comercial de uma empresa do seguimento metal-mecânico localizada no estado de Santa Catarina. Uma das principais dificuldades enfrentada é que cada stakeholder identifica seus próprios indicadores, podendo não estar seguindo a estratégia da organização e não ter uma visão detalhada do cliente para tomadas de decisão. Além disso, muitas organizações procuram utilizar de indicadores comerciais, porém não obtém sucesso por negligenciar a fase de projeto. Utilizam de indicadores comumente utilizados ou de estudos realizados em outras organizações. O objetivo desta pesquisa é identificar e priorizar os indicadores de desempenho comerciais mais valorizados pelos stakeholders da área comercial para essa organização. A pesquisa foi dividida em duas etapas, sendo na primeira aplicada a metodologia da PO Soft (construtivista): Value Focused Thinking – VFT, para identificação dos indicadores de desempenho, e na segunda etapa a aplicação da metodologia do Método de Apoio a Decisão Multicritério da PO Hard (racionalista): Analytic Network Process – ANP, para modelagem e priorização destes. A classificação metodológica da pesquisa é de natureza aplicada com abordagem qualitativa/quantitativa. Durante a abordagem VFT foram conduzidas sete entrevistas com os stakeholders do setor de vendas da organização e construída uma rede de objetivos congregada. A partir dos objetivos identificados foram construídos os indicadores de desempenho e legitimado pelos stakeholders. Em seguida foram modelados de acordo com as relações de dependência existentes e julgados para obtenção de prioridades (ordenação). Os julgamentos foram realizados em grupo e de forma consensual. Como resultado, identificou-se 30 indicadores de desempenho, sendo os de maior peso: percentual do atingimento da meta, faturamento a clientes novos e percentual de crescimento de cada cliente. Os resultados encontrados mostraram-se capazes de auxiliar a definição da estratégia e gestão comercial além da identificação de indicadores não monitorados pela organização. Conclui-se que as abordagens propiciaram um alinhamento legítimo dos principais objetivos do setor com os objetivos estratégicos da organização.

**Palavras-chave:** *Sistema de medição de desempenho. Value-Focused Thinking. Analytic Network Process. Indústria Metal-Mecânico.*