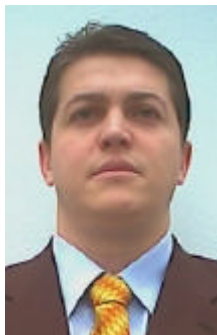


## Definir e divulgar a missão da sua empresa pode garantir o sucesso no mercado

Cristiano Cecatto \*



As dificuldades para uma empresa vencer atualmente são imensas. Somente aquelas que se preocupam em planejar antes de agir conseguem enfrentar as dificuldades com reais chances de vitória. São estes fatores que apontam detalhes extremamente básicos, mas fundamentais e que podem passar despercebidos, causando prejuízos irreversíveis. A definição e a divulgação dos objetivos da sua empresa estão neste tipo de fatores.

Quanto mais o tempo passa, maior é a competitividade entre as empresas. E isto não é diferente no Brasil, que também faz parte de um mundo globalizado e que lidera um importante bloco econômico como o Mercosul. E para entrar, se estabelecer, permanecer, crescer e alcançar o sucesso em um ambiente agressivo como é a economia atual, toda e qualquer empresa precisa se preocupar com pontos estratégicos como este.

Engana-se quem acredita que uma empresa é definida apenas pelo seu nome fantasia, pelas normas internas e estatutos. Em fases de lucro ou no desespero de uma grande crise, saber qual é a missão da empresa é algo imprescindível. É preciso mostrar para funcionários e para o público-alvo o que é e o que faz a empresa. Isto ajuda exatamente a apontar os rumos que precisam ser tomados e seguidos, além de determinar a identidade da empresa. E, acredite, estabelecer isso é um árduo desafio para quem está no comando, não importando qual seja o tamanho da empresa.

Ao determinar e divulgar a missão da sua empresa, você estará garantindo que os seus objetivos sejam cumpridos dentro dos seus limites e chamando a atenção para o seu produto fora dos muros da empresa.

Para os seus funcionários, isto significa fazê-los entender claramente o que é a empresa na qual eles trabalham. Não esqueça de providenciar para que a missão mostre quais são as metas que os trabalhadores precisam alcançar, mas nunca de uma forma agressiva e opressora. Preocupe-se em incentivar o empenho dos seus colaboradores. Prepare objetivos que possam ser cumpridos e compreendidos imediatamente por todos os funcionários, independente do nível de escolaridade de cada um.

Seus clientes, fornecedores e o grande público também precisam conhecer sua empresa não só por campanhas publicitárias. Divulgue sua missão, seus objetivos e, excluindo as partes sigilosas, mostre como pretende realizar suas idéias. Isto vai melhorar a imagem da sua empresa externamente e aumentar a fidelidade dos seus clientes já conquistados. Outra grande vantagem que traz a definição de sua missão é poder muito mais facilmente elaborar os objetivos pretendidos, bem como as maneiras para realizá-los.

**Pés no chão** – Esta fase é de vital importância, porém não se pode cometer erros nela. Mantenha os pés no chão e não imagine objetivos extremamente amplos ou que apresentem uma série de dificuldades para serem cumpridos. Realismo e bom senso são peças chave nesta hora. Não adianta estabelecer metas que só você vai entender. Clareza também é extremamente importante para que todos os integrantes da empresa e o público externo saibam o que você pretende.



Uma receita básica de declaração de missão de uma empresa alia: definição dos objetivos, lista de pontos altos e baixos da empresa e tudo o que, externamente, pode ajudar ou ameaçar. E, claro, é preciso atender às expectativas de todos os níveis hierárquicos da empresa, acionistas, clientes e sociedade em geral.

Mas, muitas vezes, o que parece ser tão simples é deixado de lado. Algo imperdoável e, em alguns casos, irreparável para empresas que estão na luta por um lugar de destaque.

---

\* Cristiano Cecatto – Gerente Executivo e Consultor especialista em logística Inbound/Outbound da QualiLog. 2º Colocado do Prêmio A.B.M.L. - Associação Brasileira de Movimentação e Logística / 2002, na categoria Movimentação e Armazenagem / Case – Roche.  
e-mail : [cecatto@qualilog.com](mailto:cecatto@qualilog.com) – Tels. + 55 (11) 3772-3194 / + 55 (11) 3815-6840