

# “Valores Corporativos”

Publicado em 17 de Dezembro de 2016



■ númeras organizações, em seus blogs, sites, folders e através de outros meios de divulgação, procuram informar os seus valores de governança corporativa a seus Clientes, utilizando-se da trinca; - Missão, Visão e Valores, nesta ordem.

Muitas das empresas, independentemente da consideração quanto ao seu tamanho ou classificação, pequena, média ou grande, se utilizam deste

instrumento de comunicação e marketing para às suas promoções junto ao mercado.

Em nosso país não há um número significativo no universo das empresas atuando com este princípio de orientação. Estas não atribuem a verdadeira dimensão de importância a estes valores. Quem já os pratica por vezes se atrapalham na definição dos conceitos, incorrem numa desordem nas suas definições. Descrevem valores como visão, visão como missão, dentre outras inversões. É evidente que o mais importante aqui, não é o acertar somente nos conceitos, o mais importante aqui é praticá-los. Caso contrário, fica valendo a velha expressão; “é somente para Inglês ver”.

Neste ponto e, procurando melhor elucidar e exemplificar o que andei tentando transmitir acima, fui a WEB no sentido de encontrar um material que melhor pudesse elucidar ou clarificar tais conceitos. No caso em questão o crédito aqui vai para a INFOESCOLA: [http://www.infoescola.com/administracao/\\_missao-visao-e-valores-os-principios-essenciais/](http://www.infoescola.com/administracao/_missao-visao-e-valores-os-principios-essenciais/), foi aonde encontrei informação que entendi serem as mais simples e objetivas.

O que dizem:

A procura por melhores resultados é algo imprescindível para que as organizações se mantenham competitivas em um cenário cadenciado tanto por regras advindas dos processos de internacionalização quanto pelo crescente nível de exigência pertencente a um novo perfil de consumidores. Desse modo, as organizações começam a atuar de forma bem mais ideológica e ainda, uma vez que os produtos e serviços mostram-se cada vez mais iguais e apresentam-se de maneira cada vez mais semelhante. As organizações

atualmente andam apostando em um conjunto próprio de características - Missão, Visão e Valores - que as identifiquem e diferencie dos demais players.



## MISSÃO

“Eis um teste para saber se você terminou sua missão na Terra: se você está vivo, não terminou”.

Richard Bach

A missão é tida como o detalhamento da razão de ser da empresa, ou seja, é o porquê da empresa. Na missão, tem-se acentuado o que a empresa produz sua previsão de conquistas futuras e como espera ser reconhecida pelos clientes e demais stakeholders.

De acordo com o consultor Sergio Luiz de Jesus, a missão de uma empresa está tão ligada ao lucro

quanto ao seu objetivo social. Ainda segundo o consultor, toda missão deve orientar os objetivos financeiros, humanos e sociais da organização.

Algumas definições:

“A missão é, em essência, o propósito da organização”. (Valeriano).

“A Missão é a projeção da organização na visão do mundo e o papel que ela exercerá”. (Pavani, Deutscher e Lopes).

“Missão: razão de ser da empresa. Conceituação do horizonte, dentro do qual a empresa atua ou poderá atuar no futuro”. (Oliveira).

### Exemplos de MISSÃO:

Empresa MONTADORA de Veículos

Desenvolver, produzir e comercializar carros e serviços que as pessoas prefiram comprar e tenham orgulho de possuir, garantindo a criação de valor e a sustentabilidade do negócio.

Empresa do ramo FINANCEIRO

Garantir a excelência na entrega de produtos e serviços financeiros, maximizando valor para clientes e acionistas.

Empresa do ramo da SIDERURGIA

Gerar valor para nossos clientes, acionistas, equipes e a sociedade, atuando na indústria do aço de forma sustentável.



### VISÃO

“Através dos séculos existiram homens que deram o primeiro passo ao longo de novos caminhos, sem outros recursos além de sua própria visão”. Ayn Rand

A visão é algo responsável por nortear a organização. É um acumulado de convicções que direcionam sua trajetória. O

professor de empreendedorismo Louis Jacques Filion define visão como "a imagem projetada no futuro do espaço de mercado futuro a ser ocupado pelos produtos e o tipo de organização necessária para se alcançar isso".



Em suma, a visão pode ser percebida como a direção desejada, o caminho que se pretende percorrer, uma proposta do que a empresa deseja ser a médio e longo prazo e, ainda, de como ela espera ser vista por todos.

Algumas definições:

“Uma imagem viva de um estado futuro ambicioso e desejável, relacionado com o cliente, e superior em algum aspecto importante, ao estado atual”.  
(Whiteley)

“Articulações das aspirações de uma empresa a respeito de seu futuro”. (Hart)

“Algo que se vislumbre para o futuro desejado da empresa”. (Quigley)

Exemplos de VISÃO:

Empresa MONTADORA de Veículos

Estar entre os principais players do mercado e ser referência de excelência em produtos e serviços automobilísticos.

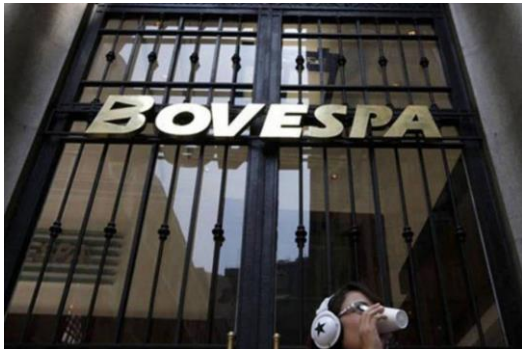


Empresa do ramo FINANCEIRO

Ser o melhor grupo financeiro do Brasil em geração de valor para clientes, acionistas e colaboradores.

Empresa do ramo da SIDERURGIA

Ser global e referência nos negócios em que atua



## VALORES

“Dou valor as coisas, não por aquilo que valem, mas por aquilo que significam”. Gabriel Garcia Marques

Os valores incidem nas convicções que fundamentam as escolhas por um modo de conduta tanto de um indivíduo quanto em uma organização. Richard Barrett, ex-diretor do Banco Mundial, declara que em uma organização os valores “dizem” e os comportamentos “fazem”. Assim sendo, os valores organizacionais podem ser definidos como princípios que guiam a vida da organização, tendo um papel tanto de atender seus objetivos quanto de atender às necessidades de todos aqueles a sua volta.

### Algumas definições:

“Uma crença que orienta julgamentos e ações por meio de objetivos específicos e imediatos”. (Rokeach).

“Desejáveis... metas... que operam como princípios que orientam a vida de uma pessoa”. (Schwartz).

“Princípios que guiam a vida da organização”. (Tamayo e Mendes).

### Exemplos de Valores:

Empresa MONTADORA de Veículos

- Satisfação do cliente
- Ele é a razão da existência de qualquer negócio
- Valorização e respeito às pessoas
- As pessoas são o grande diferencial que torna tudo possível
- Atuar como parte integrante do Grupo...
- Juntos nossa marca fica muito mais forte
- Responsabilidade social
- É a única forma de crescer em uma sociedade mais justa
- Respeito ao Meio Ambiente
- É isso que nos dá a perspectiva do amanhã

Empresa do ramo FINANCEIRO

- Nossa conduta deve refletir os mais altos padrões de ética
- Nossa comunicação deve ser clara e precisa.
- Nosso gerenciamento deve ser em equipe, consistente e focado.
- Nosso relacionamento com clientes e colaboradores deve ser transparente e baseado na responsabilidade e confiança entre as partes.

Empresa do ramo da SIDERURGIA

- Ter a preferência do CLIENTE
- SEGURANÇA das pessoas acima de tudo.
- PESSOAS respeitadas, comprometidas e realizadas.
- EXCELÊNCIA com SIMPLICIDADE
- Foco em RESULTADOS
- INTEGRIDADE com todos os públicos
- SUSTENTABILIDADE econômica, social e ambiental.

Deixando neste ponto o apoio requerido junto a INFOESCOLA e finalizando minha percepção quanto ao tema, posso afirmar que a elaboração dos conceitos: - **Missão, Visão e Valores Corporativos**, pelas suas importâncias,

devem servir de orientação, de rumo a todo o quadro funcional da empresa. Devem ser utilizados como “marco zero”, marco de partida para a elaboração do seu Plano Estratégico de trabalho, ou, ainda de ponto inicial na elaboração de um PN - Plano de Negócios.

### **Alexandre Rocha - Economista**



“Se cerque por aqueles que têm a  
mesma missão que você”  
(autor desconhecido)