MISSÃO VIVA

COLOCANDO PROPÓSITO, VISÃO E VALORES EM AÇÃO



INTRODUÇÃO

MISSÃO VIVA:
COLOCANDO PROPÓSITO, VISÃO E VALORES EM AÇÃO

INTRODUÇÃO

Missão Viva é um e-book que convida líderes e gestores a transformar conceitos fundamentais de gestão – missão, visão e valores – em alicerces vivos do dia a dia organizacional.

Exploraremos a importância de definir claramente a missão da empresa (com foco interno, não apenas marketing externo), construir uma visão de futuro inspiradora, e converter valores e princípios em comportamentos reais que moldam a cultura. Trazemos exemplos reais, quadros práticos com dicas aplicáveis, perguntas de reflexão e um estilo acessível.

CAPITULO 1:
A IMPORTÂNCIA DE UMA MISSÃO CLARA (FOCO INTERNO, NÃO SÓ MARKETING)

Toda organização existe por um propósito – sua razão de ser no mundo. Definir a missão de forma clara significa expressar esse propósito fundamental. Porém, é comum empresas formularem missões genéricas apenas para impressionar clientes ou investidores. Uma missão autêntica vai além de um slogan de marketing; ela orienta decisões internas e inspira a equipe diariamente. Em outras palavras, a missão deve ser viva dentro de casa antes de estampar paredes ou sites.

Por que foco interno?

Porque são os colaboradores que realizarão a missão na prática. Se a missão for apenas um texto bonito, mas desconectado da realidade diária, os colaboradores perceberão a incoerência entre discurso e ação. Isso mina a confiança e o engajamento: sem acreditar na causa, as pessoas passam a "fazer apenas o necessário", pelo salário, e não entregam todo seu potencial pela empresa. Por outro lado, quando a missão é genuína e vista sendo praticada pela liderança, gera orgulho e motivação. Líderes exemplares vivem a missão que pregam – demonstram nos atos o que está escrito nas declarações formais. Essa coerência cria um forte senso de significado e alinhamento.

Como definir ou revisar a missão?

Reúna seu time estratégico e faça perguntas fundamentais:
"O que viemos realizar no mundo?
Pelo que somos apaixonados?
Que necessidade queremos suprir?".
A resposta deve refletir o propósito central da organização, algo que emocione e dê energia. Mantenha a linguagem simples e inspiradora – a missão deve ser facilmente lembrada e entendida por todos.

Exemplo prático:

Uma empresa de tecnologia para ortodontia se perguntou por que existia além do lucro. Perceberam que seus fundadores eram apaixonados por ortodontia e tecnologia. Reformularam sua missão: Uso da tecnologia para criar um sorriso impressionante no mundo. Essa clareza interna mudou comportamentos: equipes passaram a priorizar projetos com impacto tecnológico e eficiência para correção do sorriso e a comunicar histórias de clientes nas reuniões internas, com clientes e fornecedores, reforçando diariamente o propósito.

CAPITULO 1:
A IMPORTÂNCIA DE UMA MISSÃO CLARA (FOCO INTERNO, NÃO SÓ MARKETING)

Perguntas de Reflexão:

Está claro para sua equipe por que a empresa existe?
Se você perguntasse a diferentes funcionários qual a missão da organização, as respostas seriam consistentes?
A missão inspira suas ações cotidianas ou parece algo distante e apenas "institucional"?
Identifique um exemplo recente em que uma decisão da empresa refletiu (ou contradisse) a missão declarada.

CAPITULO 2:
VISÃO DE FUTURO (5 A 10 ANOS) BASEADA NO PROPÓSITO

Se a missão define quem somos e por que existimos agora, a visão projeta onde queremos chegar. Uma visão de futuro bem articulada serve como bússola para os próximos 5 a 10 anos, orientando estratégias e motivando a equipe a perseguir um objetivo maior em comum. Para construí-la, parta do propósito (missão) e imagine o impacto que desejam alcançar no mundo após alguns anos de atuação consistente.

Como criar uma visão inspiradora?

Novamente, envolve uma reflexão coletiva. Pergunte:
“Em X anos, onde queremos estar?

Que posição ou reconhecimento almejamos em nosso setor ou comunidade?”.

Uma boa visão equilibra ambição e realismo: deve ser desafiadora o suficiente para inspirar progresso, mas conectada à realidade do negócio e tendências do mercado. Muitas empresas optam por horizonte de 5 anos, pois em cenários de rápida mudança (como no Brasil) visões muito distantes podem perder o sentido em longo prazo. Entretanto, se seu setor é mais estável, nada impede sonhar com 10 anos à frente – adapte o horizonte conforme o contexto.

Ao formular a visão, descreva um futuro concreto e tangível. Evite frases vagas como “ser referência de excelência”; especifique em quê e para quem serão referência, ou qual marca mensurável desejam atingir. Também vincule a visão ao propósito: ela é a projeção de como seu propósito se realiza em grande escala. Por exemplo, se a missão é Uso da tecnologia para criar um sorriso impressionante no mundo, a visão poderia ser “Em 5 anos, estar presente entre as 3 maiores empresas do Brasil e ser reconhecida nacionalmente como principal empresa de tecnologia para ortodontia”. Note como isso dá um alvo claro.

Exemplos reais:

Numa empresa real de representação comercial de equipamentos, os líderes definiram:
“Em 5 anos queremos ser a revenda número 1 do estado, reconhecidos pela qualidade do pós-venda”.
Já uma rede de lojas de construção visualizou:
“Em 5 anos ser a principal referência em materiais e serviços logísticos para construção no estado”.
Essas visões orientaram investimentos e esforço das equipes, servindo de norte para decisões. Importante: ambas derivaram de seus propósitos (“nossa paixão é tecnologia e contribuir com sorrisos” no primeiro caso; “somos apaixonados por construir sonhos” no terceiro), assegurando coerência entre o que os motiva e onde querem chegar

CAPITULO 3:
MANTENDO A VISÃO VIVA:

De nada adianta escrever a visão e guardá-la na gaveta. Compartilhe amplamente com todos os colaboradores – em apresentações, principalmente em diálogos frequentes. Revisite a visão periodicamente: avalie se continua relevante e alinhada à realidade externa. Caso a direção permaneça válida, persista mesmo diante de obstáculos. Se grandes mudanças de cenário ocorrerem, não há mal em ajustar a visão, contanto que o propósito se mantenha. A visão deve inspirar foco de longo prazo, alinhando projetos de diferentes áreas rumo ao mesmo destino.

Perguntas de Reflexão:

Qual imagem do futuro da sua empresa faz seu coração acelerar?
Que cenário de futuro te traz energia para agir agora?
Onde você vê seu negócio em 5 anos, em termos de impacto, tamanho ou reputação?
Seus líderes e equipes conhecem essa visão e entendem seu papel para alcançá-la?
Que metas quantificáveis poderiam indicar que estão no caminho certo para cumprir a visão?

CAPITULO 4:
VALORES E PRINCÍPIOS EM AÇÃO (CONSTRUINDO UMA CULTURA VIVA)

Valores organizacionais são os princípios orientadores que definem como a empresa e as pessoas devem se comportar. Muitas organizações definem um conjunto de valores (integridade, inovação, cliente em primeiro lugar) mas aqui existe o desafio de torná-los mais que palavras decorativas.

Este capítulo trata de transformar valores e princípios em ações concretas diárias, pois é assim que se constrói uma cultura organizacional forte e coerente.

Do abstrato ao aplicável:

O primeiro passo é formular os valores de forma que qualquer pessoa saiba como praticá-los. Em vez de palavras genéricas, é recomendável descrevê-los com verbos ou comportamentos específicos. Por exemplo, se um dos valores é “inovação”, explicite o que se espera na prática: “Pensar em inovações calculando riscos e tomando iniciativas”. Isso dá uma dica acionável que orienta o dia a dia dos colaboradores. Outro exemplo: ao invés de apenas dizer “foco no cliente”, poderia-se definir:

“Atendemos nossos clientes com empatia e rapidez, buscando resolver problemas no primeiro contato”. Assim, os valores deixam de ser conceitos vagos e viram padrões de comportamento observáveis.

Contando histórias e dando exemplos:

Uma cultura ganha vida através de narrativas. Use histórias reais para ilustrar cada valor em ação. Por exemplo, conte no treinamento de integração e apresentações para colaboradores, que situações reais ocorreram em que uma pessoa da empresa seguiu um caminho guiado por um valor da empresa e o resultado positivo que isso gerou. Essas histórias concretizam os valores e inspiram outros a segui-los.

Exemplo real:

Uma empresa que valoriza “colaboração” pode narrar o caso de dois departamentos que uniram esforços para atender um cliente estratégico, superando metas – evidenciando a colaboração recompensada. Histórias assim criam referências que modelam a cultura.

Valores alinhados à estratégia:

Revisite seus valores e pergunte se eles realmente impulsionam o sucesso do negócio. Valores desconectados dos objetivos estratégicos tendem a ser negligenciados. Cada valor deve reforçar a sustentabilidade e o futuro da empresa, ou então talvez não seja essencial. Por exemplo, se “excelência” é um valor, deve estar ligado a métricas de qualidade que importam para o cliente e para os resultados. Valores não devem ser escolhidos só por soarem bem – eles precisam ser pilares do desempenho desejado e da forma de alcançar esse desempenho.

CAPITULO 4:
VALORES E PRINCÍPIOS EM AÇÃO (CONSTRUINDO UMA CULTURA VIVA)

Liderança como espelho da cultura:

Os líderes têm um papel crítico: eles são os primeiros a demonstrar (ou trair) os valores da empresa. Se a liderança não pratica certo valor, dificilmente os demais colaboradores o farão. Portanto, é fundamental que gestores incorporem os valores nas pequenas ações cotidianas. Isso inclui desde tomar decisões alinhadas aos princípios até como tratar as pessoas. Cultura se transmite pelo exemplo: se um dos valores é “transparência”, líderes devem ser abertos em suas comunicações; se é “aprendizado contínuo”, gestores devem compartilhar o que estão aprendendo e incentivar treinamentos. Ao agir coerentemente, a liderança sinaliza que os valores não são meras palavras na parede.

Dica prática:

Inclua nos encontros de liderança um momento para relatar brevemente como praticou um valor naquela semana – um “ritual de alinhamento cultural”. Isso reforça o compromisso e dá exemplos concretos para serem emulados.

Incorporando valores em processos:

Para que a cultura se solidifique, os valores devem permear os processos e rotinas da organização. Desde a contratação de novos funcionários, passando pelo processo de integração, avaliações de desempenho e decisões de promoção, tudo deve considerar os valores definidos.

Dicas Práticas:

No recrutamento, inclua perguntas ou dinâmicas que avaliem se o candidato se alinha aos valores-chave.
Nos feedbacks, destaque comportamentos que exemplificam (ou violam) certos valores.

Algumas empresas chegam a atrelar parte dos bônus ou critérios de promoção à vivência dos valores (além dos resultados).

Outra prática recomendada é criar indicadores culturais– métricas que acompanhem, por exemplo, quantas sugestões de inovação foram implementadas (valor inovação) ou o índice de ação conjunta entre equipes diferentes (valor colaboração).

Esses indicadores sinalizam se os valores estão de fato guiando ações e podem orientar melhorias contínuas.

CAPITULO 4:
VALORES E PRINCÍPIOS EM AÇÃO (CONSTRUINDO UMA CULTURA VIVA)

Quadro Prático: Dicas para Viver os Valores Diariamente

- Traduza cada Valor em Comportamentos: Para cada valor corporativo, descreva pelo menos dois comportamentos ou atitudes esperadas dos colaboradores e líderes que reflitam esse valor. Divulgue essa lista como um guia de conduta.
- Crie Rituais de Cultura: Inicie reuniões semanais compartilhando “histórias da semana” onde valores foram praticados. Celebre publicamente esses momentos (e parabenize os envolvidos).
- Alinhe Políticas e Recompensas: Revise políticas de RH, códigos de ética e critérios de promoção para garantir que reforcem (e não contradizem) os valores. Exemplos: se “equilíbrio de vida” é valor, a política de horas extras deve ser razoável; se “meritocracia” é valor, as promoções devem seguir desempenho e não preferências pessoais.
- Eduque continuamente: Ofereça workshops curtos focados em como aplicar cada valor em situações do dia a dia. Por exemplo, treinar equipes de atendimento em técnicas de empatia e escuta ativa para vivenciar “foco no cliente”.
- Feedback e Correção Construtiva: Quando ocorrerem desvios de comportamento em relação aos valores, os líderes devem conversar imediatamente, referenciando como valorizamos X, por isso aquela atitude não foi adequada. Como pode fazer diferente da próxima vez?”. Use os valores como referência ao dar feedback.

Ao seguir essas práticas, os valores se tornam parte do DNA da empresa, moldando uma cultura forte. Lembre-se: cultura organizacional nada mais é que “os valores traduzidos em comportamentos diários, rituais e processos”. Isso exige consistência e vigilância, mas os frutos são preciosos – um ambiente de confiança, união e propósito comum.

Perguntas de Reflexão:

Se você perguntasse a 10 colaboradores aleatórios quais são os principais valores da empresa, eles saberiam?
Conseguiriam citar exemplos concretos de ações que expressem esses valores?
Que práticas atuais na sua organização reforçam os valores? e quais as contradizem?
Lembre-se de um valor importante: o que aconteceria se ele fosse totalmente ignorado por uma semana – que problemas surgiriam?
Suas respostas indicarão quão essenciais e incorporados os valores realmente estão.

CAPITULO 5:
ALINHAMENTO PARA COESÃO, AUTONOMIA E FOCO

Ter missão, visão e valores claros individualmente não basta – é crucial alinhar todos os membros da organização a esses direcionadores. Quando líderes e liderados remam na mesma direção, a empresa atinge um estado de coesão, onde todos entendem o propósito maior; libera-se autonomia, pois as pessoas sabem o que é esperado e tomam iniciativas alinhadas; e aumenta-se o foco, já que esforços deixam de se dispersar em caminhos conflitantes.

Coesão: todos no mesmo barco

Alinhamento gera coesão de equipe, ou seja, sentimento de união em torno de objetivos e valores comuns. Sem alinhamento, ocorrem mal-entendidos, retrabalho e conflitos de prioridade – cada área puxa para um lado. Quando todos conhecem e abraçam o propósito, a visão e os valores, cria-se um senso de "estamos juntos nisso". As metas de cada departamento se conectam à meta maior da organização, evitando disputas internas ou esforços contraditórios. Um time coeso é capaz de colaborar melhor e obter resultados coletivos superiores.

Um estudo de caso inspirador é o da empresa Patagonia, conhecida por sua forte cultura orientada a propósito. Lá, estratégia, liderança e execução estão todas alinhadas ao propósito ambiental da marca. Isso gerou uma coesão ímpar: desde fundadores até funcionários juniores, todos compreendem a missão ecológica e trabalham em harmonia para cumpri-la. As iniciativas de liderança (como doações de 1% das vendas para causas ambientais) e as operações diárias (como campanhas incentivando consumo consciente) contam a mesma história. O resultado? Uma marca forte, clientes leais que compartilham dos valores e um sucesso sustentável ao longo dos anos. A lição é clara: coesão em torno do propósito leva a desempenho duradouro.

Autonomia: alinhamento que liberta

Pode parecer contraintuitivo, mas alinhamento não significa rigidez ou controle excessivo – pelo contrário, ele permite maior autonomia das equipes. Quando todos entendem profundamente o porquê (missão), o onde queremos chegar (visão) e como devemos agir (valores), os colaboradores ganham base para tomar decisões por conta própria sem se desviar do rumo. Líderes não precisam microgerenciar cada passo; as pessoas têm um quadro de referência claro para guiar suas ações com responsabilidade. Isso é fundamental em empresas que estão em processo de crescimento. Quando se é pequeno, microgerenciar é possível e pode ser inclusive um hábito, quando a empresa cresce, microgerenciar se torna profundamente desgastante e consome não só energia física, emocional e mental, mas também engessa os processos, decisões e ações práticas.

CAPITULO 5:
ALINHAMENTO PARA COESÃO, AUTONOMIA E FOCO

Empresas alinhadas frequentemente delegam mais e formam times autogerenciáveis. Por exemplo, se o propósito e os valores enfatizam satisfação do cliente e inovação, um funcionário em contato com o cliente se sentirá autorizado a resolver um problema imediato de forma criativa, sem esperar ordens, pois sabe que isso está alinhado com o que a empresa valoriza. Essa autonomia com responsabilidade aumenta agilidade e resolve questões no ponto certo. Em nosso livro Metodologia A Priori relatamos que introduzir grupos de trabalho multidisciplinares com autonomia para solucionar problemas reduziu conflitos e aumentou engajamento e integração entre setores, nas mais diversas organizações nas quais foi implantado. Ou seja, ao confiar nas equipes (desde que alinhadas nos objetivos e valores), as organizações colheram mais iniciativas e motivação.

Um líder eficaz, então, atua mais como facilitador do que controlador. Ele garante que todos compreendam e acreditem no propósito comum, depois dá espaço e suporte para que executem. Como dito em nosso livro, liderança é a cola e também a graxa da organização: cola, porque conecta as pessoas em torno de sentido e objetivos; graxa, porque reduz atritos e permite movimento fluido. Assim, alinhamento bem conduzido promove autonomia com alinhamento – um modelo de gestão em que equipes e pessoas têm liberdade dentro de limites e responsabilidades claros (os limites e responsabilidade desdobrados da missão, visão e valores).

Ferramenta útil:

Acordos de autonomia. Defina, em conjunto com cada equipe, até onde vai sua autonomia em decisões e em que pontos precisam escalar ao líder. Com missão e objetivos claros, isso fica mais fácil. Quanto mais madura e alinhada a equipe, maior o campo de decisão autônoma. Esses acordos evitam caos, pois todos sabem limites, mas garantem velocidade nas situações rotineiras.

Foco: energia canalizada no que importa

Em organizações desalinhadas, desperdiça-se muito esforço em atividades que não agregam ao objetivo maior, justamente porque falta clareza de foco. O alinhamento total traz foco – pessoas e setores priorizam o que está conectado à estratégia delineada pela missão-visão. As iniciativas passam a ser filtradas:

“Isso nos aproxima da visão de futuro?
“Isso respeita nossos valores e propósito?”.
Se sim, merece atenção; se não, pode ser descartado ou repensado. Essa disciplina reduz dispersão.

CAPITULO 5:
ALINHAMENTO PARA COESÃO, AUTONOMIA E FOCO

Um exemplo ilustrativo: imagine uma empresa cuja visão seja ser líder em atendimento ao cliente. Se essa visão é bem difundida, projetos internos que não melhorem a experiência do cliente serão questionados. Equipes aprenderão a priorizar melhorias no suporte, treinamento do pessoal de atendimento, ferramentas de satisfação etc., em vez de, digamos, investir tempo num produto que não atende o foco estratégico. O ganho em produtividade estratégica é enorme: todos trabalham nas coisas certas. As reuniões se tornam mais objetivas, as metas de cada área se alinham e fica mais simples dizer “não” a ideias fora do escopo do propósito.

Para manter o foco alinhado, as lideranças devem comunicar incansavelmente o propósito, visão e prioridades estratégicas. Em cada planejamento trimestral, relacionar as iniciativas propostas com os pilares estratégicos definidos. Quando comunicar resultados, vincular conquistas aos valores seguidos (“Batemos a meta porque mantivemos nosso valor de qualidade em primeiro lugar...”). Essa conexão contínua evita que a correria do dia a dia faça a equipe perder de vista o que interessa de verdade.

Dica prática:

Utilize ORCs (Objetivos e Resultados Chave) ou outro sistema de metas alinhadas, onde o Objetivo global deriva da visão, e os resultados-chave cascateiam para as equipes. Isso cria um mapa de foco. Promova também pontos de checagem de alinhamento – ex.: reuniões interdepartamentais para cada área compartilhar como suas ações estão contribuindo para a missão e visão. Transparência nesse sentido ajuda todos a ver o panorama geral e se ajustarem mutuamente.

CAPITULO 6:
ALINHANDO NA PRÁTICA - TODOS NA MESMA PÁGINA

Como garantir que todos estejam alinhados? Seguem algumas ações com base na prática:

- Integração inspiradora: Desde o primeiro dia de um novo colaborador, apresente com entusiasmo a missão, visão e valores. Conte histórias da empresa que demonstrem esses pilares em ação. Deixe claro “isso é o que nos guia”. Um colaborador bem integrado dissemina esse alinhamento adiante.
- Comunicação constante e consistente: Envolva os times em comunicar o propósito de formas variadas – murais com a missão, emails mensais da Diretoria ligando decisões recentes ao propósito, vídeos internos com clientes falando do impacto (reforçando a visão). Não tenha receio de parecer repetitivo – na verdade, a repetição consistente é que sedimenta a mensagem.
- Liderança em todos os níveis: Cada gestor, supervisor ou líder de equipe deve atuar como guardião do alinhamento. Isso significa conversar regularmente sobre “por que fazemos o que fazemos” com sua equipe e ajustar rumos quando alguém se desvia. Líderes intermediários bem engajados formam um exército de multiplicadores do propósito.
- Ferramentas visuais e lembretes: Além de palestras e textos, use elementos visuais no ambiente de trabalho: pôsteres, quadros de avisos ou wallpapers de tela com o propósito e valores. Por exemplo, uma fábrica pode pintar sua missão no refeitório. Mas lembre: essas mensagens na parede só têm efeito se refletirem a realidade vivida. Por isso, combine os lembretes visuais com ações reais e exemplos vivenciados – senão caem em descrédito.
- Reconhecimento e recompensa alinhados: Celebre publicamente funcionários ou equipes quando eles tomarem iniciativas alinhadas ao propósito/visão/valores. Isso reforça que a empresa valoriza não só o resultado, mas a forma de alcançá-lo. Ex.: premie “o colaborador que mais personificou nossos valores este mês” com um certificado ou bônus simbólico. Histórias de alinhamento recompensado se espalham e incentivam os demais.

Em suma, alinhar todos os envolvidos ao propósito, visão e valores é criar um campo unificado de energia e direção dentro da organização. Com coesão, as pessoas sentem que fazem parte de algo maior e importante; com autonomia, elas agem proativamente guiadas por princípios claros; com foco, elas dedicam suor ao que realmente importa. Assim, a empresa ganha em velocidade, engajamento e capacidade de execução estratégica. Como definido em nossa Metodologia A Priori, quando estratégia, liderança e execução estão integradas ao propósito, os resultados vêm de forma coerente e sustentável. Esse é o poder de uma Direção Estratégica Clara – e é exatamente isso ao seguir o que está descrito neste e-book Missão Viva vai ajudar você a construir.

CAPITULO 6:
ALINHANDO NA PRÁTICA - TODOS NA MESMA PÁGINA

Perguntas de Reflexão:

Sua equipe inteira conseguiria explicar, cada um em suas palavras, qual o propósito da empresa e a visão de futuro?
Que evidências diárias você vê de que todos estão remando junto (ou há sinais de setores em conflito de objetivos)?
Em uma escala de 1 a 10, quão confortável você estaria em se ausentar por um mês – confiando que sua equipe tomaria decisões alinhadas aos valores e prioridades certos?
Se a pontuação não for alta, o que falta comunicar ou estruturar para chegar lá?

CONCLUSÃO:

Dar vida à missão, visão e valores de uma organização é uma jornada contínua. Este e-book Missão Viva mostra que esses conceitos não devem ser apenas declarações formais, mas sim forças pulsantes que orientam pessoas e ações. Vimos a partir da prática, como uma missão clara e genuína engaja internamente, como uma visão bem desenhada ilumina o caminho a seguir e como valores praticados constroem culturas sólidas. Sobretudo, reforçamos a importância de alinhar toda a empresa nesses pilares, colhendo os benefícios da coesão, autonomia responsável e foco estratégico. Nenhuma mudança cultural profunda acontece do dia para a noite – requer persistência, consistência e exemplo da liderança. Mas os resultados valem o esforço: times mais motivados, decisões mais ágeis e coerentes, clientes que percebem a autenticidade da empresa e um desempenho sustentável mesmo em tempos desafiadores. Como ilustrado no caso Patagonia, propósito, valores e execução alinhados criam empresas de sucesso e significado.

Que este e-book sirva como guia prático e inspiração na sua missão de liderança. Use as perguntas de reflexão e quadros práticos para iniciar conversas em sua equipe, diagnosticar pontos de melhoria e implementar ações de impacto.
Lembre-se: uma missão viva começa na atitude de cada líder, a cada dia. Ao viver esses princípios e engajar seu time a fazer o mesmo, você estará guiando sua organização rumo a uma **Direção Estratégica Clara** – o que nos leva ao próximo passo desta jornada.

Quer saber como fazer isso em detalhes, com passo a passo, ferramentas de apoio, estruturas testadas na prática e consolidadas em empresas de sucesso? Adquira já o nosso Curso Diretriz Estratégica Clara e alcance os resultados concretos que uma Diretriz Estratégica Clara em todos os níveis da organização da qual você faz parte podem gerar.