



Félix Inácio
Economista

SEM IDENTIDADE CORPORATIVA, NÃO EXISTE ALINHAMENTO ESTRATÉGICO, CONSEQUENTEMENTE NÃO HAVERÁ CLAREZA NA DEFINIÇÃO DOS OBJECTIVOS, EXISTIRÁ DIFICULDADES NA DELEGAÇÃO DE COMPETÊNCIA A NÍVEL DA HIERARQUIA VERTICAL E HORIZONTAL DA EMPRESA

PRIORIDADE DO EMPRESÁRIO

O impacto da identidade corporativa na vitalidade dos instrumentos de controlo de gestão

As empresas são idealizadas para lucratividade dos seus promotores e, por conseguinte, a sua longevidade planificada para posteridade da sua existência. Após a constituição de uma empresa, em regra a prioridade do empresário reside no desenvolvimento de um conjunto de acções convergentes a introdução da empresa no mercado, e por conseguinte as etapas subsequentes visam sempre a sobrevivência do negócio ante as pressões das forças de mercado.

No entanto, uma gestão prudente passa sobretudo, pelo estudo da definição dos pressupostos que serão utilizados de suporte para a introdução dos instrumentos de pilotagem do negócio, a formalização da identidade corporativa que a empresa pretenderá adoptar após a sua constituição.

Na sua generalidade, as empresas angolanas são constituídas apenas tendo em atenção ao subsistema operacional como vital a permanência da empresa no mercado, onde os aspectos organizacionais e administrativos tendem a ser relegado para lugares secundários na escala de prioridades nas actividades a serem desenvolvidas ao longo dos processos primários da cadeia de valor das empresas.

A compreensão do estado actual de muitas empresas angolanas, tendem a ser devidamente entendidas quando é realizado o diagnóstico da estrutura organizacional para encontrar as zonas cinzentas que impactam depreciativamente no alcance dos resultados pretendidos.

E, de certa forma, encontra-se o desfasamento entre o planeamento e a estrutura organizacional encarregue de materializar as premissas que fundamentam a prossecução dos instrumentos de pilotagem da empresa. Nesta senda, o desfasamento é resultado da inexistência de alinhamento estratégico devido escassa relação aos pressupostos que estabelecem a existência da identidade corporativa.

A identidade corporativa permite à empresa saber onde está, onde quer chegar, bem como também estabelece os vectores pelos quais determinarão o percurso a ser seguido para que se materializa os objectivos quer qualitativos quer quantitativos. E, por conseguinte, a identidade corporativa revigora a forma como a empresa se comunica com a sua envolvente transaccional, contribuindo para agregação de valor do seu capital reputa-

cional junto de parceiros, fornecedores e clientes.

Sem identidade corporativa, não existe alinhamento estratégico, consequentemente não haverá clareza na definição dos objectivos, existirá dificuldades na delegação de competência a nível da hierarquia vertical e horizontal da empresa.

Onde as premissas que ditam os fundamentos que garantam a vitalidade da empresa serão ineficazes na prossecução da viabilidade das bases para o funcionamento dos instrumentos de controlo de gestão numa empresa.

Todavia, na sua generalidade muitas empresas angolanas, ao definir a identidade corporativa que se almeja implementar, tendem a fazê-lo sem o diagnóstico da raiz do problema, e concomitantemente, não se consegue desenvolver uma matriz de prioridades exequível para a descoberta de soluções complementares, convergentes ao impacto positivo que se espera pela implementação da respectiva identidade corporativa.

Paralelamente, a identidade corporativa mal definida resulta em distorção nos pressupostos que determinam a operacionalização dos instrumentos de controlo de gestão.

A distorção no funcionamento dos instrumentos de controlo de gestão, eleva a exposição da empresa aos riscos de controlo interno, onde a montante além dos desperdícios financeiros, a empresa passa a funcionar abaixo da sua capacidade instalada, permitindo que o nível de ociosidade do seu capital humano esteja acima do esperado, e a jussante, compromete o alcance das metas pelos quais a empresa precisa

atingir para que efectivamente mitiga o risco operacional do seu negócio.

O processo de aprovisionamento de identidade corporativa dependerá dos níveis de maturidade institucional que componente da cultura organizacional apresenta, pois, ela se ajusta aos objectivos pelos quais se deseja alcançar. No entanto, a dotação de uma identidade corporativa forte e bem definida proporciona maior coerência na formulação e implementação de estratégias desde que seja antecedido de um processo de diagnóstico, mapeamento e optimização da cadeia de valor da empresa.

Mormente, a definição da identidade corporativa seja feita tendo em atenção ao cumprimento dos pressupostos inerente ao resultado da optimização da cadeia de valor da empresa, a operacionalização dos instrumentos de controlo de gestão efetivar-se-á de forma natural e exequível ao surgimento de uma cultura organizacional onde a melhoria contínua e a inovação possam ser integrado ao capital humano da empresa.

Em grosso modo, esta situação catalisa o processo de desenvolvimento de condições inerentes à robustez da capacidade de adaptação para acompanhar a evolução consoante o contexto que ela se encontra.

Quando uma empresa está inserida num ambiente de mercado competitivo e volátil em mudanças, a identidade corporativa definida quando alinhada aos instrumentos de controlo de gestão, facilita a monitorização das métricas de desempenho que permitem a obtenção de vantagens competitivas resultante da performance da opti-

mização do capital intelectual da empresa.

O alinhamento da identidade corporativa aos instrumentos de controlo de gestão, criam condições para um ambiente favorável harmonização e consonância entre as decisões estratégicas e as decisões operacionais aos valores pelos quais toda empresa se revê nos propósitos e objectivos a serem alcançados dentro do planeamento previamente definido.

Portanto, no tecido empresarial nacional a consistência dos instrumentos de controlo de gestão e a compreensão das suas falhas, transcendem a percepção da origem do problema quando não se contempla o estudo completo dos pressupostos que ditaram a constituição de uma empresa.

Por norma, o planeamento a ser implementado numa empresa, quando as bases que suportam a estrutura organizacional não estão devidamente consolidadas, os resultados estarão aquém das expectativas e, por sua vez, a materialização provocará caos a nível do entendimento do subsistema operacional e do subsistema estratégico.

No entanto, definição da identidade corporativa de acordo a realidade e o contexto que a empresa se encontra proporciona vantagens múltiplas no alcance de diversos objectivos que internos e externos e, por fim, os instrumentos de controlo de gestão encontrarão respaldo na cultura organizacional para que a sua operacionalização desenvolva de forma natural, sem sobressaltos a nível de enquadramento, interpretação, monitorização nos subsistema de gestão.

