

FACULDADE CATOLICA DE ANÁPOLIS  
PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE PESSOAS E PSICOLOGIA  
ORGANIZACIONAL

**MARIA APARECIDA FERNANDES SITARO  
SARA LAIS EVANGELISTA**

**COMUNICAÇÃO INTERNA EMPRESARIAL:  
A IMPORTÂNCIA DO RELACIONAMENTO INTERPESSOAL**

ANÁPOLIS  
2015

MARIA APARECIDA FERNANDES SITARO  
SARA LAIS EVANGELISTA

**COMUNICAÇÃO INTERNA EMPRESARIAL:  
A IMPORTÂNCIA DO RELACIONAMENTO INTERPESSOAL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à coordenação da Faculdade Católica de Anápolis, para obtenção do título de Especialização em Gestão de Pessoas e Psicologia Organizacional. Sob orientação de Marcia Sumire Kurogi.

ANÁPOLIS  
2015

MARIA APARECIDA FERNANDES SITARO  
SARA LAIS EVANGELISTA

**COMUNICAÇÃO INTERNA EMPRESARIAL:  
A IMPORTÂNCIA DO RELACIONAMENTO INTERPESSOAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à coordenação do Curso de Especialização em Gestão de Pessoas e Psicologia Organizacional da Faculdade Católica de Anápolis, como requisito para obtenção do título de Especialista.

**APROVADA EM:** \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ **NOTA:** \_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Halan Bastos Lima  
Mestre

---

Ana Maria Vieira de Souza  
Especialista

---

Ivana Alves de Azevedo Monnerat  
Mestre

---

Aracelly Rodrigues Loures Rangel  
Especialista

## RESUMO

O presente trabalho consiste na investigação da importância do tema comunicação interna. A finalidade foi a de investigar o conhecimento das pessoas, em relação ao tema Comunicação Interna Empresarial, propondo opções de desenvolvimento e agregação de valor para as empresas. Foi realizada uma pesquisa qualitativa, mediante a utilização de pesquisas bibliográficas, a fim de nortear a investigação de uma melhor relação interpessoal no empreendimento organizacional. Evidenciou-se, neste estudo, que há uma considerável ciência das pessoas, em relação à temática, mas, em contrapartida, observou-se uma falta de investimento em âmbito informacional e de desenvolvimento humano, que muito agrega valor. Com o processo de desenvolvimento do sistema de organização econômica de integração global e da progressão organizacional, o uso de relacionamento interpessoal é fator preponderante na composição de uma boa liderança. Tal procedimento faz com que seja evitada a decadência das relações de comunicação, dentro da corporação, e, por outro lado, motiva o aperfeiçoamento do desenvolvimento da iniciativa e de atividades. Assim, o objetivo deste estudo foi o de determinar os componentes ou elementos fundamentais da comunicação organizacional dentro das organizações e a tomada de decisões. A metodologia utilizada foi o estudo teórico e o resultado traz novas perspectivas para o alcance da responsabilidade, envolvendo, também, a troca de informações entre os colaboradores, o que torna tal estudo uma importante ferramenta da era contemporânea. Nesse sentido, a conclusão demonstra que o processo de comunicação deve ser melhorado nas empresas, com aplicação de novas práticas organizacionais.

**Palavras-chave:** Comunicação interna, comunicação informacional, conhecimento, pessoas.

## ABSTRACT

This study is to investigate the importance of internal communication theme. In order to, knowledge of people in relation to the Corporate Internal Communication theme proposed development options for the company and seeks to add value companies. A qualitative survey was conducted through bibliographical research in order to, guide better interpersonal relationships in organizational development. Shows a considerable science people about this subject matter, on the other hand there is an imminent lack of investment in information and context of human development, which greatly adds value. With the development process of the economic organization of system of global integration and organizational progress, the use of interpersonal skills is an essential factor in the composition of good leadership avoiding the decay of communication relationships within the corporation and improving the development of the initiative and activities . The goal is to determine the components or basic elements of organizational communication within organizations and decision-making. The methodology used was theoretical study and the result brings new perspectives to achieve accountability, involving exchange of information among employees. Thus making important tool of the contemporary era. The conclusion shows that the communication process should be improved by applying new organizational practices.

**Keywords:** Internal communication, information communication, knowledge, people.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>6</b>
<b>2. METODOLOGIA .....</b>	<b>9</b>
<b>3. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>11</b>
3.1 A COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL .....	13
3.2 COMUNICAÇÃO INTERNA E SUA FUNCIONALIDADE .....	14
3.3 RELACIONAMENTOS INTERPESSOAIS .....	15
3.4 COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE GESTÃO .....	16
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>19</b>
<b>5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>21</b>

## 1. INTRODUÇÃO

No processo de globalização e livre concorrência nas empresas, vem se destacando a necessidade de mais humanização, tornando-se indispensável uma visão diferenciada acerca da comunicação interpessoal. Tal comunicação possibilita um nível organizacional coerente e de interação democrática, tornando os colaboradores responsáveis pelas decisões na organização. É possível, ainda, que ela se torne hábil e acessível, fazendo com que o capital intelectual se torne mais motivado com a equipe e melhore a obtenção de resultados.

O atual cenário globalizado é marcado pelo avanço tecnológico, o qual permite que as informações e sua transmissão ocorram de forma mais flexível e ágil. Para tanto, as empresas necessitam estar sempre atualizadas, buscando inovações, adaptando-se às novas realidades do mercado. A tecnologia, assim, exerce um papel fundamental na melhor utilização da comunicação interna, representando um diferencial que propicia a tomada de decisão em tempo ágil, bem como a realização de um serviço mais eficiente para o cliente.

É importante ressaltar que a comunicação é essencial para a convivência das pessoas, não existe organização, seja onde for, se a comunicação não for clara e objetiva.

Dentro das empresas, o cuidado com a forma de comunicação deve ser ainda maior, pois cada um recebe a mensagem de forma diferente, cada indivíduo a recebe da maneira que lhe convém. Diante do crescimento de pessoal em uma empresa, o diálogo entre os funcionários deve ser claro e objetivo. Um trabalho em equipe pode não ter um bom desempenho por falta de informação ou, ainda, devido ao diálogo inadequado, em relação aos objetivos da empresa. Com base nesse entendimento, busca-se, através deste trabalho, identificar quais são as maiores barreiras e os problemas enfrentados no processo de comunicação.

A comunicação pode ser melhorada através de mudança de hábitos. Uma empresa pode enfrentar grandes dificuldades no processo do diálogo e na troca de conhecimento, contudo, é preciso estimular a diversidade e a pluralidade de

ideias e de pontos de vistas entre os profissionais, principalmente, entre aqueles que não procuram se atualizar. É necessário, para toda e qualquer organização, desenvolver um processo de melhoria do diálogo entre as equipes e em cada uma delas.

Em qualquer empresa, seja ela de pequeno ou de médio porte, a comunicação pode ser um dos pontos mais críticos, podendo levá-la à falência. Para que haja comunicação, é preciso um emissor, um receptor, um código e um canal. Comunicar-se nem sempre é um processo fácil. Muitas vezes, a comunicação passa a ser uma das maiores barreiras a ser vencida dentro das organizações.

Diante do exposto, este trabalho busca apresentar a comunicação como forma de desenvolvimento da empresa. Nesse sentido, é preciso definir uma estrutura para as experiências no desenvolvimento, pois tecnologia e comunicação andam juntas.

A comunicação é uma das dinâmicas no capital humano, resultando em eficiência competitiva, maior produtividade e profissionais capacitados, gerando ambiente de trabalho físico adequado em redução de riscos.

A comunicação interpessoal tem contribuído para o sucesso de empresas que a empregam como estratégia de gestão, fator indispensável para a execução da produção, de maneira a inserir a equipe no processo de desenvolvimento organizacional.

As decisões tomadas em grupo podem trazer economia e motivação, pois são capazes de determinações mais sensatas, através de uma boa comunicação, além de facilitar o clima dentro da organização. A comunicação desenvolve, também, a produção, maximizando o grau de motivação. Há, assim, maior nível de interação entre a empresa e seus parceiros. A comunicação dá ênfase e determina a representação corporativa para o público interno, compartilhando entre si as diretrizes e responsabilidades corporativas e define, de forma democrática, o futuro da organização.

O principal obstáculo que se observa, no campo empresarial, é falta de compreensão de que a comunicação representa a possibilidade contemporânea na elaboração de conhecimentos adquiridos e a transferência de princípios que possibilitam a promoção do crescimento da instituição. Havendo investimento



em relações interpessoais é especialmente um diferencial competitivo. Segundo Daft (1997, p. 219, apud PIMENTA, 2010, p. 51), “as informações são o fluido vital das organizações porque são elas que alimentam as decisões sobre aspectos como estrutura, tecnologia e inovação e porque são a boia de salvamento para fornecedores e clientes”.

A organização possui grande potencialidade de crescimento mercadológico, havendo a necessidade de desenvolvimento, utilizando como ferramenta a comunicação interna, atendendo às novas tendências mercadológicas.

O avanço da comunicação interna, em que o capital intangível (conhecimento) é adquirido através de uma cultura organizacional que valoriza as pessoas, dependerá de quanto maior for o índice de relacionamento interpessoal, pois melhor será a solução dos problemas. O desenvolvimento organizacional depende da integração das diversas habilidades intelectuais, advindas do conhecimento humano, sendo este um dos fatores que tem se destacado nos últimos anos. Um ativo intangível de grande valor proporciona melhora na comunicação organizacional, estratégias bem definidas e alcance de objetivos da empresa, possibilitando o foco em resultados.

Entretanto, apesar dessas considerações, ainda evidencia-se, em muitas sociedades e organizações, dificuldades para a obtenção de uma comunicação eficiente. Esse fato, não se sabe ao certo, pode ter alguns motivos prováveis: se por causa de insuficiência de conhecimento, ou se devido à resistência às mudanças, ou por outras razões.

Conforme já foi mencionado, reiteramos que o objetivo deste estudo é compreender as estratégias de comunicação interpessoal, descrevendo ações desenvolvidas por empresas e avaliar a importância alocada em relação à comunicação interna. Buscou-se, ainda, apresentar as vantagens e estratégias de desenvolvimento empresarial que uma boa comunicação interna possibilita para as organizações. Procurou-se identificar as ferramentas de comunicação interna utilizadas por empresas, além de apontar elementos teóricos que caracterizam as competências e seus desdobramentos na comunicação como ferramenta estratégica.

## 2. METODOLOGIA

Método é uma forma lógica de percorrer o caminho do pensamento. É o estudo que se refere à captação de instrumentos e está associado a caminhos, formas, maneiras ou procedimentos para atingir determinado fim. (VERGANA, 2007)

Em conformidade com Gil, no livro *Como elaborar projetos de pesquisa* (2006), a metodologia relata a conduta a ser seguida na produção da investigação. Sua organização varia segundo as peculiaridades de cada pesquisa, precisa-se da apresentação de conhecimento sobre alguns aspectos como: o tipo de pesquisa, a clientela atendida, coleta de dados e análise de dados.

Todas as ciências são caracterizadas por diferentes métodos científicos, mas, nem todos os ramos empregam os métodos como a ciência. Por outro lado, a utilização de métodos científicos não é uma exclusividade da ciência.

As etapas a serem seguidas têm como objetivo avaliar e potencializar a pesquisa através de cada procedimento metodológico, garantindo maior eficiência e segurança à pesquisa. Quanto à natureza, a pesquisa pode ser considerada básica, uma vez que não há propósito de utilidade imediata. É generalista, voltada para o desenvolvimento de conhecimentos novos (MICHEL, 2005).

Esta pesquisa enfatizou a comunicação interpessoal na organização empresarial. Os procedimentos técnicos classificaram-se como pesquisa bibliográfica e, conforme Ruiz (2006) informa, a pesquisa é embasada em teóricos, mediante a análise e interpretação de livros, artigos ou documentos, para análise e interpretação das obras produzidas sobre o tema da pesquisa.

### 3. REFERENCIAL TEÓRICO

A comunicação, em uma empresa, influencia o processo gerencial, quando se tem ideias de propor formas para melhorar o processo de comunicação. Portanto, é de grande importância o desenvolvimento de um estudo sobre o processo de comunicação que ocorre nas empresas. Esta pesquisa parte do pressuposto de que a comunicação é fundamental para a permanência das empresas no mercado. Essa comunicação ocorre quando se tem planejamento, projeto de desenvolvimento e busca de informações no cotidiano tecnológico da comunicação.

Chiavenato (2006) demonstra que a comunicação possibilita meios para o desenvolvimento amplo de informações, incentivando sugestões dos colaboradores, a fim de conseguir participação integral dos funcionários no espírito e nos objetivos básicos da organização, através de novas ideias de aperfeiçoamento dos métodos de trabalho e de novas oportunidades de negócio. A comunicação interna constitui uma ferramenta essencial para o crescimento e o desenvolvimento de qualquer organização. Ela funciona como um elo entre os colaboradores e a empresa, trazendo melhoria da imagem da organização e uma comunicação eficiente, a qual produz resultados que podem ser medidos no grau de interação dos colaboradores.

Para Pimenta (2010), o cuidado com a comunicação exercida pela gestão permitirá ao administrador conhecer a visão e os valores dos colaboradores para articulá-los. A gestão deve ser exercida com base na construção de uma missão, para: completar as expectativas e necessidades de todos os interessados; ter iniciativa em gerenciar mudanças; estabelecer a divisão do poder e manutenção da credibilidade, da integridade e motivação.

A comunicação possibilita a interação dos colaboradores em busca dos objetivos organizacionais, por isso é importante promover o desenvolvimento dessa ferramenta na empresa, para alcançar melhores resultados no trabalho.

As empresas que investem na Tecnologia da Comunicação possuem uma grande capacidade de gerar novos empregos. Em função disso, esse segmento usufrui de benefícios e dispõe de um tratamento diferenciado, previsto na legislação, por isso os critérios de definição para o tamanho da empresa

constituem um importante fator de apoio para as mesmas.

Diante da evolução do mercado global e das constantes mudanças organizacionais, o bom uso da comunicação interna é um fator primordial na construção de uma liderança democrática, evitando a deterioração das relações interpessoais dentro das organizações e aprimorando o desenvolvimento de todas as atividades. Conforme indica Pimenta (2010), “as informações são os fluidos vitais das organizações porque são elas que alimentam as decisões sobre aspectos como estrutura, tecnologia e inovação e porque é o salvamento para fornecedores e clientes”.

Uma grande vantagem das empresas que desenvolvem uma comunicação clara e objetiva é que elas se mostram mais eficientes em todos os quesitos. Elas demonstram aumento no investimento e uma redução de problemas no âmbito profissional, o que aponta maior qualidade e eficiência. Ao contrário do que se pensa, os pequenos empreendedores estão investindo pesado em qualidade de serviço, para manter a satisfação de seus clientes. Imagine que uma grande empresa é boa em fazer motos, mas, uma pequena é boa em consertá-las.

### 3.1 A COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL

A comunicação é entendida como um processo de troca de informações, pois o receptor a torna um processo de mão dupla. Mesmo quando o emissor não recebe nenhuma mensagem escrita ou falada, daquilo que foi emitido, isso já significa algo da parte do receptor.

Matos (2009) ressalta que há diferença entre comunicação e informação. Esta ocorre quando um emissor passa para um receptor um conjunto de dados codificados que eliminam uma série de indefinições e dúvidas. Aquela, por sua vez, acontece somente quando a informação recebida (*opinião*) é o principal elemento que caracteriza e dinamiza o processo de comunicação.

A comunicação se constitui como um dos aspectos básicos da atividade gerencial. Administrar é fazer com que as coisas sejam feitas por meio das

peças, e para que as pessoas possam fazer as coisas de maneira eficiente, torna-se necessário comunicar constantemente a elas o que deve ser feito, como, quando, como está sendo feito, tudo isso para que elas tenham uma informação (retroativa) a respeito do seu desempenho (SILVA, 2007).

Chiavenato (2005) esclarece que a eficácia da comunicação pode ser melhorada pela repetição e pela retroalimentação. Nesse sentido, as duas habilidades gerenciais para melhorar a comunicação são: saber ouvir, isto é, captar a mensagem e interpretá-la adequadamente; e saber transmitir, isto é, falar ou sinalizar a mensagem para que ela seja corretamente interpretada por quem a receba.

As organizações necessitam de uma boa comunicação interna para suas operações, assim como necessitam de recursos materiais, financeiros e tecnológicos. Quando as informações são gerenciadas de forma eficiente, as ideias são compartilhadas garantindo a troca e a difusão de conhecimentos, possibilitando o alcance dos objetivos organizacionais. Pimenta (2010) explica que através da comunicação interna é possível melhorar o desempenho dos funcionários, desenvolvendo valores, tais como: responsabilidade, compromisso, cooperação, solidariedade e dedicação, promovendo pilares fundamentais para o trabalho em equipe. Pode-se ressaltar, ainda, que uma comunicação eficaz melhora o clima organizacional, reforçando a importância do tema em estudo.

O clima organizacional influencia diretamente o comportamento dos colaboradores, os quais poderão receber motivações que refletirão em seu desempenho no trabalho. O estado de satisfação do funcionário é importante para a construção da identidade da empresa.

Cada organização tem sua própria comunicação ou cultura corporativa. Para se conhecer uma organização, o primeiro passo é conhecer sua cultura. Fazer parte de uma organização significa assimilar sua cultura. Viver em organização, trabalhar nela, atuar em suas atividades, desenvolver carreiras nela é participar intimamente de sua cultura organizacional.

O modo como as pessoas interagem em uma organização, as atitudes predominantes, as pressuposições subjacentes, as aspirações e os assuntos relevantes nas interações entre os membros fazem parte da cultura da organização; A cultura organizacional constitui o DNA da organização, conforme

pontua Chiavenato (2006).

### 3.2 COMUNICAÇÃO INTERNA E SUA FUNCIONALIDADE

A comunicação interna é, indiscutivelmente, essencial como ferramenta para o engrandecimento e desenvolvimento empresarial e organizacional. Traz a funcionalidade de uma ligação entre as pessoas envolvidas no processo de produção da empresa. A eficácia da comunicação interna formata e traz nova impressão, além de fortalecer a imagem da organização. Assim, ela traz resultados à medida que há interação entre a equipe e a empresa.

Dentre as principais funcionalidades da comunicação, deve ser a gestão exercida com base na construção de uma missão, contemplando todas as expectativas e necessidades de todos os envolvidos, incentivando a iniciativa de gerenciamento de mudanças, divisão de poder e manutenção da credibilidade, da integridade e da motivação.

A comunicação é base para as relações humanas. Sem ela, seria impossível estabelecer as relações comerciais, de trabalho ou afetiva. Ela é, sem dúvida, o reflexo da cultura humana, que possibilita sua construção e disseminação. (PIMENTA, 2010).

Para que haja uma boa integração da equipe de trabalho, o gestor precisa integrar os colaboradores e fortalecer a conformidade e o desenvolvimento de maneira focada. Oferecendo treinamento e desenvolvimento de todos os colaboradores envolvidos, para aperfeiçoar sua eficiência e eficácia (CHIAVENATO, 2005).

### 3.3 RELACIONAMENTOS INTERPESSOAIS

O bom relacionamento entre as pessoas favorece os processos da organização, adicionando valor às atividades desenvolvidas no trabalho em equipe. Ele garante, ainda, o comprometimento das pessoas em busca de melhores resultados, em que todos os indivíduos passam a relacionar-se com o objetivo de aumentar a qualidade de seus produtos ou serviços, assim como possibilita a

satisfação nos cargos, o aumento da satisfação e a motivação.

De acordo com Pimenta (2010), o desempenho dos colaboradores pode ser feito através da comunicação interna, mas são necessários critérios, valores e técnicas. Valores como responsabilidade, compromisso, cooperação solidariedade e dedicação são fundamentais para o desenvolvimento do trabalho e fortalecimento da equipe. Operacionalizando de maneira eficaz os procedimentos na organização.

De acordo com Matos (2009, p.17):

Um dos principais empecilhos para a melhoria da qualidade e produtividade dos projetos e processos de trabalho identificados pelas maiores empresas de auditorias de qualidade internacionais é a falta de feedback no processo de comunicação organizacional e humano. Podemos comprovar esse fato no nosso dia-a-dia familiar e profissional, sem a menor dificuldade.

A organização independente de sua abrangência de mercado e deve manter uma administração com uma comunicação aberta, para que a equipe possa dar sua opinião, sugestões para uma gestão estratégica. A comunicação é fator de motivação e satisfação dos colaboradores. Por meio da comunicação interna, é possível aperfeiçoar o trabalho e motivar a equipe.

### 3.4 COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE GESTÃO

A comunicação como atividade estratégica de gestão, ou seja, com a elaboração necessária para o processo, garante a ação ordenada da equipe, e tem propósitos específicos: informação e compreensão para a condução das tarefas e potencialização das atitudes motivacionais, cooperação e compreensão da importância de cada colaborador (SILVA, 2007, p. 01; VERGANA, 2007).

A comunicação interpessoal é, sem dúvida, um instrumento estratégico de grande valor para as organizações, contribuindo de forma relevante para o bom andamento da missão da corporação. Uma gestão participativa produz um clima harmônico, positivo e de respeito, beneficiando a integração grupal e o alcance dos objetivos, assim como auxilia na tomada de decisões.

A comunicação deve ser trabalhada em todos os aspectos, pois está

presente em toda a empresa, quando desenvolvida de forma ordenada, é possível obter resultados fantásticos. Ela reflete uma imagem positiva e se torna um pilar essencial para o crescimento e desenvolvimento da empresa.

Matos (2009, p. 99) fala a respeito da organização de um plano estratégico e de como a comunicação interna é fundamental nesse processo:

A definição de um plano estratégico, traçando os rumos para o curto, médio e longo prazos, é determinante para o sucesso empresarial, principalmente, se for acompanhado de uma consistente política de divulgação e comunicação interna e externa. Uma empresa que não possui a sua diretoria e gerência integradas, e bem como informadas, dificilmente conseguirá impulsionar um processo de crescimento com eficiência e solidez. (Matos, 2009, p. 99)

O desenvolvimento organizacional depende do trabalho adotado em equipe, pelo grau de compromisso e integração que se desenvolve. É fundamental importância que seja estabelecida uma equipe colaboradora, motivadora, bem informada e comprometida com os desempenhos da empresa.

O resultado obtido nas empresas, através de estratégias de comunicação, torna-se um diferencial competitivo, enfatizando a importância de uma gestão para o crescimento da equipe, uma administração maleável e que leva em conta a troca de informações. Tudo isso pode tornar possível uma decisão mais acertada. Os gestores devem ter como foco o dinamismo e a formação de bons relacionamentos interpessoais.

O desenvolvimento de metas empresariais depende de ações estratégicas de política de comunicação. Matos (2009), em sua obra, defende a conscientização da opinião pública sobre a qualidade dos produtos oferecidos pela empresa, para obter um ambiente interno motivador e gerador de produtividade, um noticiário e canais de comunicação favoráveis à imagem da organização, o que proporcionará a obtenção de reconhecimento positivo e boa vontade com setores formadores de opinião, favorecimento da imagem pessoal e de gestor, que personificam a empresa.



Os aspectos necessários para a construção de comunicação interna eficaz têm como objetivo a integração entre os setores da empresa. As decisões de gestão devem sintonizar-se com os membros da corporação. A criatividade e iniciativa devem ser estimuladas através de uma estratégia de comunicação permanente e direta. Tais objetivos promovem a articulação sistêmica de uma cultura forte, proponente da cooperação estimulada e de motivação dos colaboradores. Outro aspecto importante para se cultivar na empresa é envolver, nas reuniões institucionais, nos encontros e nas conversas descontraídas, assuntos pertinentes à organização, pois, assim, mostrarão que há uma comunicação compatível à realidade pretendida pela corporação, uma vez que ela tem por intenção criar um ambiente de unidade, estimulando os colaboradores e envolvendo-os em uma linguagem natural e similar (MOTA, 2006).

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os processos de mudanças do mercado são constantes, em decorrência das transformações políticas, sociais e econômicas. As organizações convivem com a multinacionalização e com o crescimento da competitividade, da responsabilidade ambiental e da competência no trabalho. Esses elementos evidenciam uma administração com tomadas de decisões categóricas.

As empresas terão grandes desafios neste século e, para superá-los, precisam ter boas estratégias. As condições do ambiente externo só podem ser resolvidas através de decisões internas das organizações, para isso, é preciso ter uma boa comunicação.

De acordo com os resultados obtidos na pesquisa bibliográfica, desenvolvida neste trabalho, concluiu-se que a empresa precisa se adaptar às novas tendências tecnológicas e de comunicação.

Como se pôde perceber, ao longo do trabalho, é indiscutível a importância da comunicação interna nos dias atuais, é interessante observar como essa ferramenta promove o desenvolvimento da empresa e facilita o fluxo de informações dentro da organização, adequando as práticas administrativas, permitindo, assim, uma maior harmonia entre todos os setores, contribuindo para a construção de um ambiente de trabalho mais saudável para todos os agentes da empresa.

Conclui-se que a comunicação interna deve ser sempre vista como ponto crucial no bom andamento das missões, onde é preciso focar cada departamento da instituição

As empresas precisam valorizar mais a autonomia dos funcionários na tomada de decisões e promover reuniões e palestras com o intuito de melhorar a comunicação dentro da organização. Com isso, será possível resolver, pelo menos, os problemas organizacionais mais pontuais com mais facilidade e agilidade. A partir do momento em que a empresa reconhecer o bom trabalho desenvolvido pelos colaboradores e transmitir as informações de maneira adequada, possibilitará o entendimento de todos no desenvolvimento das missões da empresa.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, A. J. *O Planejamento de pesquisas qualitativas em educação*. Vol. 77. São Paulo: Cadernos de Pesquisa, 1991.

CHIAVENATO, I. *Administração de recursos humanos: fundamentos básicos*. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2006.

\_\_\_\_\_. *Gerenciando com as pessoas: transformando o executivo em um excelente gestor de pessoas*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

GIL, C. A. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

\_\_\_\_\_. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2006.

MARCHIORE, M. *Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre organização*. São Paulo: Difusão, 2008.

MARIA, A. *Comunicação empresarial: conceitos e técnicas para administradores*. 7. ed. Campinas, SP: Alínea, 2010.

MATOS, G. G. *Comunicação empresarial sem complicações: Como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e do diálogo*. 2. ed. Barueri, SP: Manole, 2009.

MICHEL, M. H. *Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais*. São Paulo: Atlas, 2005.

MOTA, M. de. *Comunicação e cultura: a influência da comunicação no fortalecimento do comprometimento organizacional*. Julho de 2006. Acesso em 21 de novembro de 2014, disponível em UNIrevista: [www.unirevista.unisinos.br\\_pdf/UNIrev\\_Mota.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br_pdf/UNIrev_Mota.PDF).

PIMENTA, M. A. *Comunicação empresarial: conceitos e técnicas para administradores*. 7. ed. Campinas: Alínea, 2010.

RUIZ, J. Á. *Metodologia Científica: guia para eficiência nos estudos*. São Paulo: Atlas, 2006.

SILVA, S. S. *Diagnóstico da comunicação interna e desenvolvimento de um plano integrado de comunicação empresarial*. Acesso em 18 de novembro de 2014, disponível em [www.revista.uepb.edu](http://www.revista.uepb.edu): <http://www.revista.uepb.edu/SILVA, et al, 2007, p. 01>.

VERGANA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 8. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2007.