

FACULDADE CATÓLICA DE ANÁPOLIS
PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE PESSOA E PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL
E COACHING

ANA PAULA BARBOSA ALMEIDA
EDINALVA DA SILVA PEREIRA
MAYARA CRISTINA RODRIGUES FORMIGA

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA EM UMA EMPRESA
AUTOMOBILÍSTICA DE GOIÁS

ANÁPOLIS - GO

2016

ANA PAULA BARBOSA ALMEIDA
EDINALVA DA SILVA PEREIRA
MAYARA CRISTINA RODRIGUES FORMIGA

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA EM UMA EMPRESA
AUTOMOBILÍSTICA DE GOIÁS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade Católica de Anápolis, como requisito essencial para obtenção do título de Pós Graduação em Gestão de Pessoas e Psicologia Organizacional e Coaching, sob a orientação da Prof^a Mestre Isabella Duarte.

ANÁPOLIS - GO

2016

ANA PAULA BARBOSA ALMEIDA
EDINALVA DA SILVA PEREIRA
MAYARA CRISTINA RODRIGUES FORMIGA

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA EM UMA EMPRESA
AUTOMOBILÍSTICA DE GOIÁS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado á Faculdade Católica de Anápolis, como requisito essencial para obtenção do título de Pós Graduação em Gestão de Pessoas e Psicologia Organizacional e Coaching, sob a orientação da Profª Mestre Isabella Duarte.

Data da aprovação: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Isabella Maria Dinis Duarte

ORIENTADORA

Francisco Jose Batista

CONVIDADO

Aracelly Rodrigues Lourdes Rangel

CONVIDADA

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA EM UMA EMPRESA AUTOMOBILÍSTICA DE GOIÁS

Ana Paula Barbosa Almeida¹
Edinalva da Silva Pereira²
Mayara Cristina Rodrigues Formiga³
Orientadora: Isabela Duarte⁴

RESUMO: A comunicação empresarial busca divulgar os interesses e necessidades da empresa, de forma que gestores e funcionários estejam cientes dos processos envolvidos no sucesso da organização. A necessidade de uma boa comunicação acaba por incitar um interesse em se conhecer a funcionalidade do processo. Dessa forma a pesquisa busca identificar a importância da comunicação entre organização e colaborador na montadora de veículos, adaptando-se para que alcance um feedback positivo dentro da organização. Notando que necessidade de um planejamento forma os canais de comunicação mais eficaz a fim de se atingir o objetivo desejado para a empresa.

Palavras-Chaves: Comunicação, feedback, organização.

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho é um estudo elaborado para atender o requisito de conclusão da Pós Graduação em Gestão de Pessoas e Psicologia Organizacional e Coaching, oferecido pela Faculdade Católica de Anápolis, onde se pesquisou sobre a importância da Comunicação, onde se envolve transmissão de conteúdos emocionais ou intelectuais, com isso buscando o tema e a pesquisa sobre a

¹Ana Paula Barbosa Almeida. Graduação em RH. anna.pba15@gmail.com

²Edinalva da Silva Pereira. Graduação em RH. nalva-est@hotmail.com

³Mayara Cristina Rodrigues Formiga. Graduação em Psicologia. mayaracristina.pis@hotmail.com

⁴Isabella Duarte. Graduada em Farmácia e Bioquímica -UFG e Mestre em Sociedade Tecnologia e Meio Ambiente UniEvangélica- duarte.isabella@gmail.com

“IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA EM UMA EMPRESA AUTOMOBILÍSTICA DE GOIÁS”, a escolha se deu pelo desenvolvimento dado na empresa envolvendo um fluxo de informações entre o emissor e o receptor, onde ambos recebem a informação, onde seus colaboradores se adotam em um mercado cada vez mais complexo e competitivo. Essa comunicação empresarial interna vem trazendo consenso e facilitando e a aceitação dos valores criados dentro das organizações, ganhando a credibilidade dos colaboradores. Assim a pesquisa tem por objetivo identificar a importância da comunicação entre organização e o colaborador na montadora de veículos, identificando os resultados que podem ser alcançados e mostrando a importância do feedback dentro da organização

Com a intenção de conhecer mais sobre a pesquisa desenvolvida, a comunicação interna se traduz na interação oral ou escrita e verbal entre duas pessoas ou mediante um grupo de colaboradores. Esta deve ser clara e objetiva para que não gere nenhuma divergência, conflitos e intrigas. Dessa maneira, a comunicação interna é todo o tipo de comunicação existente entre a empresa e seu público interno, ou seja, os próprios colaboradores da organização. As empresas para acompanhar o crescimento no mercado investem no canal de comunicação para que seu ambiente de trabalho passe a ser mais agradável, também envolve a comunicação administrativa para desenvolver sistemas de comunicação para aqueles que ocupam o setor administrativo da empresa (MEDEIROS, 2007)

2. A COMUNICAÇÃO E SUA IMPORTÂNCIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO

A comunicação é uma das ferramentas mais usadas dentro de uma organização, ela é decorrente de decisões e fatos que fazem com que os gestores desçam até a base, e uma linha de informações que possibilita alcançar os objetivos da empresa, muitos autores tem uma forma de mostrar que as comunicações além de uma boa ferramenta e um diferencial importante entre colaborador e gestor.

A comunicação interna como ações que a empresa administra com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter interação interna em torno dos objetivos que precisam ser reconhecidos e compartilhados por todos os

colaboradores que contribuem para imagem da organização (CURVELLO p. 22, 2012)

ALDESI da Graça F. Fernandes, mestre em comunicação, em seu artigo 1“Comunicação interna na empresa – um grande desafio”,

A comunicação interna exerce um papel vital nas organizações e sua falta acarreta inúmeros problemas, que, na maioria das vezes, determinam o fracasso de projetos estabelecidos. É um processo amplo, difícil, por seus inúmeros componentes, não só técnicos como também humanos, que exigem mudanças de paradigmas, os quais não são fáceis de se romper para a adoção de posturas mais criativas e inseridas de comportamento, com uma visão de futuro, agilizando o trabalho no tempo presente (1999, p. 13)¹

A comunicação interna é a maneira como a empresa relaciona-se com os seus funcionários, mas precisa receber de forma clara e precisa para não haver falhas. A importância que essa comunicação tem para o bom andamento da empresa, mais o conhecer das necessidades e pensamentos de seus funcionários a cerca de sua vida, dá uma certeza de importância ao trabalho que ele exerce, o que traz bons resultados no desenvolver de suas atividades, é essa relação (comunicação) empresa - funcionário que alimenta os bons resultados é ele quem passa para toda a sociedade a imagem da empresa. (NASSAR, PAULO, 2004)

A troca de informações entre uma ou varias pessoas, vem com o passar do tempo, as empresas sabendo disso teve a necessidade de integrar na organização o contato entre colaboradores e a gestão como uma questão de sobrevivência para ambos os lados. Com a necessidade de tornar os funcionários mais integrados e informados sobre qualquer assunto que acontece na empresa.

Sendo a comunicação à base de qualquer processo administrativo, e imprescindível trabalha-la de forma planejada. Quando isso ocorre ela tem a fantástica capacidade de resultar em vários fatores positivos na organização. (TAVARES, MAURICIO, 2010, pag. 15).

Quando se fala que precisa se comunicar com os colaboradores logo pensa que nunca resolvera o problema, mas pelo contrario, uma boa comunicação afeta não só os colaboradores em si também suas famílias porque se sente motivados, passam a participar das ações da empresa, os problemas passam a ser discutidos para um melhor desempenho. Pela necessidade que a empresa sentiu em conhecer a os pensamentos de seus funcionários e a certeza de que estão fazendo um bom trabalho e que exerce e traz bons resultados no desenvolvimento do trabalho. Mas

para isso precisa de um gerenciamento de comunicação para que seja feito de forma clara e objetiva quaisquer informação que se repasse para seus colaborardes.

“comunicação interna é algo que toda empresa faz. A partir do momento em que uma empresa repassa uma informação através de um e-mail ou de um documento qualquer para seus empregados, está fazendo comunicação interna”.(Brum 2005, p.42)²

Os canais de comunicação para ser bem aproveitado dentro da empresa precisa de um fator para desenvolver um bom programa, mas infelizmente muitas empresas não utilizam dessa pratica, e nem sabem como usa-las, como exemplo o endomarketing.

Existem técnicas de comunicação que se usa em seu publico interno como: murais, boletins, jornais, revistas e etç.

Os murais são os mais utilizados nas empresas porque e pratico fácil e acessível principalmente colocado em locais estratégicos, de grande circulação em refeitórios e perto de um bebedouro por exemplo. Os boletins podem ser usados de muitas maneiras, impressos e distribuídos ou enviadas por e-mails ou pelo site. Os jornais e revistas pode ser apenas poucas paginas que relata uma os acontecimentos decorrentes dentro da empresa, com linguagem simples e curta para estimular a leitura e são enviadas semanalmente, quinzenalmente ou ate mensalmente.

CABRAL (2004) em seu ensaio sobre a comunicação interna pós-industrial enfatiza um contingente significativo de empregados que sequer sabem aonde suas organizações pretendem chegar com muitas das mudanças, implementadas apesar dos mais variados recursos de informação atualmente disponíveis.

Para muitos a Comunicação serve para informar o que acontece no ambiente de trabalho, as atitudes, ações e compromisso da organização. Todas as pessoas que são responsáveis pela comunicação devem estar sempre a disposição para qualquer eventualidade e questionamento.

MOREIRA (2007) a comunicação tem um papel fundamental seja no sentido de promover a coesão interna em torno da qualidade do produto, dos valores e da missão da empresa, seja no trabalho de aumentar a visibilidade pública da organização e na divulgação de seus produtos e serviços. Num cenário globalizado,

a informação - e as formas de comunicar produtivamente essa informação - revela-se uma arma poderosa de gestão empresarial. Hoje o funcionário é parceiro, não mais empregado. A “família empresa” não tem segredos, tem respeito”.

A comunicação interna nas empresas está se preocupando mais em estruturar nos setores com os seus profissionais com o objetivo de institucionalizar a comunicação entre a empresa e empregados, determinando assim um melhor ambiente de trabalho, uma boa organização de sucesso uma estratégia que enfrenta um mercado competitivo.

CHIAVENATO (2010), por tanto afirma que a comunicação é indispensável para o andamento da organização. Apesar de todos os progressos da tecnologia, a comunicação entre as pessoas dentro das organizações ainda é falha e deixa muito a desejar. Perante isso a reação dentro das empresas começa a ter a necessidade de ter novas atitudes. Para que a comunicação interna fluen entre todos.

Para melhorar a comunicação empresarial são necessárias habilidades técnicas, ser breve e claro (MENDEIROS, 2007, p 5). Com isso os setores estão diretamente atrelados a um planejamento adequado para que sua eficácia seja envolvida em todos os departamentos, da diretoria aos colaboradores.

A comunicação interna exerce papel estratégico na construção de um universo simbólico, que é aliado ás política de administração de recursos humanos. Esta visa aproximar e interagir o publico dos objetivos da empresa (CURVELLO, 2002)

O departamento de comunicação costuma ter uma maior responsabilidade dentro da organização. Assim, o papel da comunicação na obtenção de resultados através da liderança remete diretamente ao coordenador, tornando a comunicação interna um meio de valor e uma estratégia capaz de colaborar com o crescimento da organização (CLEMEN, 2015).

A comunicação efetiva só se estabelece em clima de verdade e autenticidade (VIEIRA, 2004). Caso contrário, só haverá jogos de aparência, desperdício de tempo e, principalmente uma “anti-comunicação” no que é essencial/necessário. Porém não basta assegurar que a comunicação ocorra. É preciso fazer com que o conteúdo seja efetivamente aprendido para que as pessoas estejam em condições de usar o que é informado (ALBERTO RUGGIERO 2002).

Fica cada vez mais evidente que a empresa esta mais atrelada decisivamente no processo de comunicação, pois quando e bem planejada o retorno e imediato para ambas as partes.

2.1. DESAFIO DA COMUNICAÇÃO

Dentro das organizações há vários problemas de comunicação que atrapalham a eficiência de uma mensagem que deve ser transmitida. Dentre eles estão: incapacidade verbal, falta de coerência, intromissão de opiniões, linguagem técnicas desconhecidas, imprecisão vocabular, ausência de manifestação, acumulo de pormenores, excesso de adjetivos (SILVA, 2014).

Mas sempre esta havendo mudanças, com isso as organizações torna-se mais flexíveis se adaptando a vários cenários, onde todos os esforços são para prevenir conflitos diários dentro da empresa, as empresas têm se preocupado em estruturar um setor com profissionais de comunicação, geralmente dentro do Recurso Humanos, para que a organização e seus colaboradores sejam transparentes em seu local de trabalho. Com isso a empresa precisa esta se preocupando mais com seu público interno, cuidando assim para que seus funcionários transmitam uma imagem positiva e melhorada da empresa.

Um desafio e fazer com que os gestores entendam a necessidade de um relacionamento interno ser bem planejada para uma boa comunicação interna. o desafio das empresas hoje e incentivar os colaboradores e gestores se comunicarem mais abertamente por mais difícil que seja, pois no trabalho todos fazem parte de uma mesma organização.

Os desafios da competitividade do mercado de trabalho do século XXI deveriam fazer com que as organizações se preparassem para atender todos os clientes, de diferentes perfis. Não basta ter um bom atendimento se a organização não estiver bem alinhada com os colaboradores dentro da empresa para que os colaboradores se identifiquem e adequem aos objetivos da empresa (SILVA, 2015).

“A estratégia da comunicação interna concretiza-se quando o ser humano encontra, em si mesmo, as respostas para os dilemas que o atormentam e o impedem de evoluir”. MATOS (2006)

Mas mesmo que se preparem a comunicação e constante sempre haverá algo a dizer e se expressar, a empresa sempre competitiva cada dia mais, para que seus objetivos atenda a necessidade planejada. A organização depende da imagem que

ela gera em cada um de seus colaboradores. Como o planejamento e fundamental, a comunicação entre os departamentos também, por mais difícil que seja ela e essencial.

Para uma avaliação interna (TAVARES 2010) tornar-se possível e necessário priorizar e traçar uma comunicação ao público interno da organização, a avaliação interna abrange 5 itens.

- 1- O nível de integração entre funcionários,
- 2- O nível de integração entre departamentos,
- 3- O nível de integração e relacionamento com clientes da empresa,
- 4- O perfil dos funcionários, como, por exemplo: Potencial; imagem que eles tem da empresa; necessidades, expectativas; desejos de aspirações; grau de motivação; etc.
- 5- Qualidade e quantidade de canais internos de comunicação.

Para entender melhor todos estes itens descritos por Tavares e necessário avaliar todos detalhadamente.

Sendo assim uma das principais dificuldades enfrentadas pelas empresas atualmente, quando se fala em comunicação, é a falta de Feedback. Esse processo garante os resultados e o fluxo das mensagens com êxito. A falta do retorno faz com que a comunicação seja ineficaz. Para que haja sucesso na transmissão de informações, os canais formais de comunicação precisam ser claros, consistentes, contínuos e frequentes (FERREIRA JUNIOR et al., 2013).

Uma das funções da comunicação interna é observar o impacto favorável que a qualidade no ambiente de trabalho faz aos seus funcionários.

Tão importante quanto uma boa comunicação é a transmissão da informação quanto ao que acontece, para se obter informações e conhecimentos, nem sempre estamos nos comunicando, existe diferença entre comunicação e informação e isso em uma organização é fundamental. E o feedback é uma das formas de processo que repassa a informação ao colaborador do que acontece.

2.2. FEEDBACK

Feedback é amplamente conhecida dentro das organizações como uma ferramenta de retorno que indica o desenvolvimento profissional de cada colaborador, independentemente do seu nível hierárquico. É um recurso importante

que permite informar ao colaborador sua conduta profissional, e assim que possa evoluir em seu meio profissional e até mesmo pessoal.

O Feedback tem como objetivo analisar os comportamentos do indivíduo e não as atribuições que lhes são conferidas. Este retorno tem o efeito positivo quando é descritivo, ou seja quando não se julga valor. Quando se dá um Feedback é preciso estar atento ao que se passa na relação com o outro, no objeto da comunicação e no comportamento do indivíduo. É preciso também escolher o momento adequado para dar um Feedback, sabendo respeitar a disponibilidade e a liberdade do outro (CHAVES, 2015).

Para MOSCOVICI (1985) o feedback ajuda na mudança de comportamento, informando a pessoas ou grupo, sobre suas ações que estão interferindo nas ações de outras pessoas. Sendo eficaz, o feedback ajuda a quem o recebe e melhorar o seu desempenho a fim de alcançar seus objetivos.

O objetivo do feedback é informar ao colaborador o seu desempenho e ajudar para que seu desempenho possa melhorar cada dia mais, sendo orientações ou críticas, assim permite que suas ações possam ter um maior nível de eficácia e eficiência, ajudando assim a melhorar e alcançar suas metas diárias.

As organizações hoje em dia passa por dificuldades enfrentadas com a falta de feedback. Muitas vezes, a comunicação interna é posta em práticas para que tenha melhor resultado de forma adequada aos seus colaboradores. No momento em que se diz ao colaborador o que ele deveria ter feito e não fez, que suas expectativas não foram atingidas, muito pouco se fala do que é positivo. O feedback na realidade é para ser usado sempre, nos melhores e piores momentos, se está bom ou ruim, para que possa saber onde melhorar e ficar motivado com um bom resultado.

Um bom Feedback auxilia a avaliar a eficiência de sua comunicação e compreender melhor aquilo que não se domina, valorizando o que o outro faz bem, encorajando-o a manter a relação e desenvolver a sua autonomia. Emitir um Feedback deve ser o modo de estabelecer um verdadeiro diálogo e não uma oportunidade para julgar uma pessoa ou fazer um acerto de contas (CHAVES, 2015).

Há regras a serem observadas ao se receber um Feedback, é preciso se esforçar para compreender o que a pessoa quer transmitir e aconselhado fazer perguntas e explorar alguns aspectos da pessoa a fim de compreender melhor os

comentários feitos, assim para o colaborador que recebe o Feedback esta disposto a procurar meios realistas para se aprimorar e crescer. Segundo ROSA OLIVEIRA (2013)

Quem já teve um feedback sabe que não e fácil receber, porque e um daqueles momento em que o gestor chama o colaborador para uma conversa oa respeito de seu desempenho e sua produtividade, quando isso acontece, pode ser para um elogio ou não, mas sempre alcança o resultado esperado. Mas quando bem aplicado pode ate tornar motivador.

Assim Almeida (2008) nos apresenta cinco pontos essenciais para a eficácia do feedback:

- a) estabelecer uma relação de confiança recíproca para diminuir as barreiras entre o comunicador e o receptor;
- b) reconhecer que o feedback é um processo de exame conjunto;
- c) aprender a ouvir; a receber feedback sem reações emocionais defensivas;
- d) aprender a dar feedback de forma habilidosa, sem conotações emocionais intensas;
- e) delinear um plano de desenvolvimento para correção dos pontos negativos e negociar metas, prazos e compromissos mútuos.

O Feedback determina o ciclo da comunicação. A retroalimentação recebida dos superiores influi diretamente nos níveis de satisfação e de motivação no trabalho dos subordinados (MARTINS, 2013).

Para quem recebe o feedback é importante saber ouvir, e posteriormente, se for o caso questionar algo que não ficou claro ou não foi entendido completamente. E fundamental que o processo ocorra de uma maneira mais objetiva, e com uma boa atuação em relação as informações recebidas, pode vir ate crescer profissionalmente dentro da organização.

2.3. FATORES QUE INFLUENCIAM A COMUNICAÇÃO

A comunicação é um dos fatores mais importante no ramo empresarial, com isso existem inúmeros fatores que influenciam a comunicação dentre elas as mais usadas, que são:

- Formas de comunicação - que aumentam e inibem o fluxo livre da comunicação nas organizações,
- A estrutura de autoridades - que e o respeito do nível hierárquico,

- Especialistas no trabalho - dividem as tarefas, assim tem a informação do que cada um deve fazer,

Para ALBERTO RUGGIERO (2002), a qualidade da comunicação é derivada de alguns pontos considerados de suma importância:

- Prioridade à comunicação – qualidade e timing da comunicação assegurando sintonia de energia e recursos de todos com os objetivos maiores da empresa;
- Abertura da alta direção – disposição da cúpula de abrir informações essenciais garantindo insumos básicos a todos os colaboradores;
- Processo de busca – pro atividade de cada colaborador em busca as informações que precisa para realizar bem o seu trabalho;
- Autenticidade – verdade acima de tudo, ausência de “jogos de faz de conta” e autenticidade no relacionamento entre os colaboradores assegurando eficácia da comunicação e do trabalho em times;
- Foco em aprendizagem – garantia de efetiva aprendizagem do que é comunicado, otimizando o processo de comunicação;
- Individualização – consideração às diferenças individuais (evitando estereotipo e generalizações) assegurando melhor sintonia e qualidade de relacionamento na empresa;
- Competências de base – desenvolvimento de competências básicas em comunicação (ouvir, expressão oral e escrita, habilidades interpessoais) assegurando qualidade das relações internas;
- Velocidade – rapidez na comunicação dentro da empresa potencializando sua qualidade e nível de contribuição aos objetivos maiores;
- Adequação tecnológica – equilíbrio entre tecnologia e alto contato humano assegurando evolução da qualidade da comunicação e potencializando a força do grupo. (RUGGIERO, 2002)

Os canais formais da comunicação influenciam a eficácia da comunicação de duas formas: cobrem uma distância cada vez maior à medida que as organizações crescem e se desenvolvem atingindo a comunicação eficaz em uma grande organização, tornando-se mais complexo que em uma organização menor ou podem inibir o fluxo livre de informações entre os diversos níveis da organização. RUGGIERO (2002)

Uma comunicação eficiente deve iniciar pela base organizacional, pela comunicação existente dentro das organizações, veja alguns exemplos:

- O baixo nível de integração e comunicação entre os departamentos;
- A comunicação informal prejudica a comunicação formal;
- A falta de planejamento e o trabalho com informações isoladas;
- O uso inadequado sobre os meios de comunicação;

- A falta de feedback e o descrédito atribuído à comunicação. (TAVARES, MAURICIO, 2010, pag. 117).

Para se tornar mais eficaz eficiente e preciso que a organização integra etapas de planejamento estratégico, criando programas de treinamento, assim melhora o ambiente, melhora as condições de trabalho, desta forma esta buscando rendimentos nos trabalhadores e o bem estar de cada um .

MILANI (2013) administrar comportamento humano parece ser uma alternativa para a sobrevivência das organizações. De fato, o respeito pelos sentimentos, assim como pelas ideias, permite a criação de um ambiente de trabalho acolhedor.

3- METODOLOGIA

3.1 TIPOS DA PESQUISA

A base deste trabalho foi realizada como pesquisa de campo exploratória (anexo 1). Onde as questões propostas em base de distribuição de características da população segundo determinadas variáveis. Para identificar a satisfação dos colaboradores em relação à comunicação entre líderes e liderados, observando o ambiente de trabalho como um todo, as perguntas foram feitas e analisados de acordo com as respostas de cada um dos funcionários. Assim é possível representar um período de investigação formal, deixando para o pesquisador o espaço necessário para se entende os fatos que exercem influencia no objeto de pesquisa (GIL, 2007).

A aproximação possibilita que se possa analisar o maior número de possibilidades dentro da situação proposta “Tal tipo de pesquisa é utilizada quando é necessário delimitar o problema, identificando as possíveis abordagens na solução do mesmo (VIEIRA, 2002)”.

3.2. UNIVERSO / AMOSTRA

A pesquisa foi calculada de acordo com a entrevista de 15 (quinze) pessoas entre elas líderes e gestores de pessoas de um setor automobilístico, entre primeiro e segundo turno de jornada de trabalho,

3.3 SELEÇÃO DOS SUJEITOS

Foram todos do sexo masculino devido ser uma linha de produção em montagem observando apenas o dia a dia de trabalho e a relação da comunicação entre os líderes e colaboradores, foram entrevistados na faixa etária de 20(vinte) a 55 (cinquenta e cinco) anos.

3.4 COLETA DE DADOS

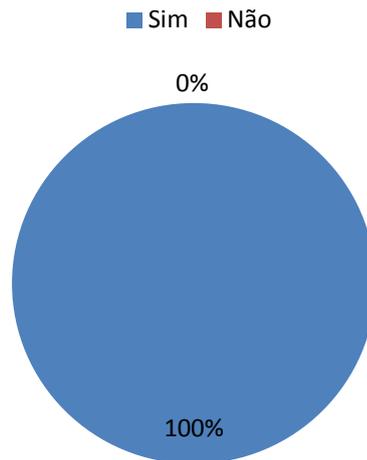
A coleta de dados se deu a partir de duas reuniões em jornadas de trabalho diferentes, matutino e vespertino, e sendo necessária uma terceira reunião para explicar os questionários para aqueles que não compareceram nas anteriores. Os dados foram tabulados com contagem direta. O objetivo da pesquisa de campo veio pela necessidade que o setor tem em relação da falta de comunicação entre os colaboradores e os gestores num todo.

A presente pesquisa teve como compromisso o sigilo e não divulgação dos nomes de colaboradores, nem da empresa que foram entrevistados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. A COMUNICAÇÃO É IMPORTANTE DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES.

Figura 1. Importância da comunicação dentro da organização.

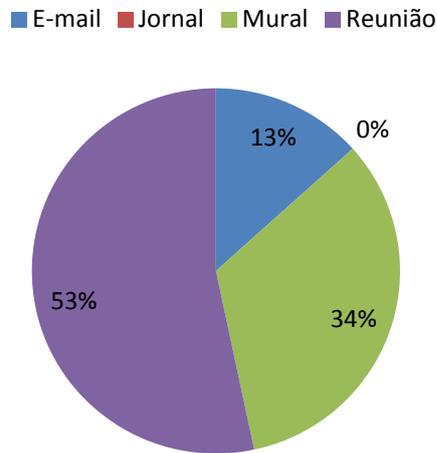


Fonte: Próprios autores

Com o resultado apresentado sobre a importância da comunicação dentro da organização, percebe-se que 100% dos líderes e gestores afirmaram que a comunicação é importante dentro da organização. Pois CURVELLO (2012) explica que a comunicação interna pode ser definida como ações que a empresa administra com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter a interação interna em torno dos objetivos que precisam ser reconhecidos e compartilhados por todos os colaboradores que contribuem para imagem da organização. Então para que os colaboradores estejam satisfeitos com o ambiente de trabalho nota-se que os líderes e gestores tende haver uma boa comunicação entre eles. E sabendo que a comunicação é um fator importante dentro da organização sendo um processo de troca de informações entre líderes e colaboradores onde cada vez merece a total atenção.

4.2 – CANAIS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS NA ORGANIZAÇÃO.

Figura 2. Canais mais utilizados dentro da organização

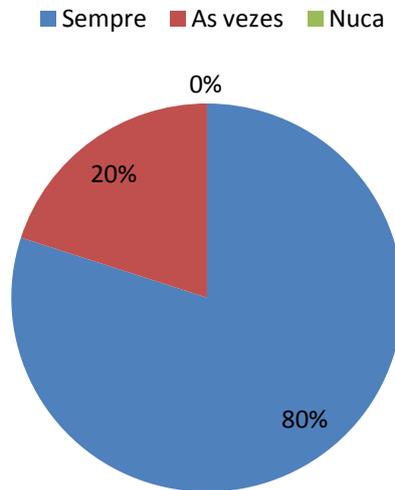


Fonte: Próprios autores

Ao pesquisar os canais mais utilizados dentro da organização aponta os seguintes fatores: e-mail, jornal, mural e reunião. A maioria, representado por 53%, mostra que a reunião com suas equipes são a forma mais eficaz de propagar uma informação dentro da organização, 34% dos pesquisados afirma que o mural tem grande influencia dentro da comunicação por permitir deixar um aviso aos colaboradores, 13% confirmam o E-mail como um canal de comunicação mas são poucos utilizados, devido a pesquisa ser feita aos colaboradores que tem pouco acesso ao um computador. Mas a comunicação eficiente tem uma grande compreensão do propósito solicitado. . Nenhum dos entrevistados citou o jornal como meio de comunicação dentro da organização.

4.3 – A COMUNICAÇÃO TEM CHEGADO DE FORMA CLARA AO LIDERES PARA QUE POSSA SER PASSADO PARA OS SEUS LIDERADOS.

Figura 3. Clareza da comunicação entre o líder e os demais membros.



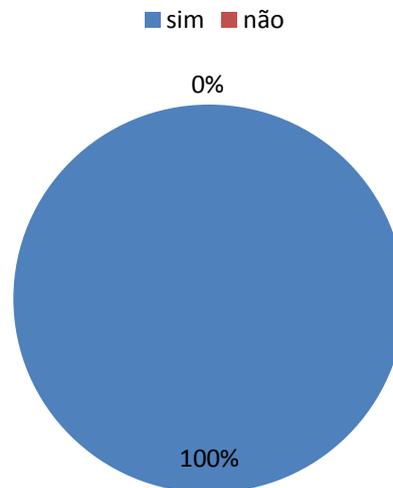
Fonte: Próprios autores

A pesquisa aponta que a comunicação é clara para o líder, e que o mesmo é capaz de transmiti-la a seus funcionários. A maioria, representada por 80% dos líderes, mostra que a comunicação chega de maneira clara. Em contrapartida, 20% dos entrevistados tem dificuldade na chegada da mensagem, pois nem sempre a comunicação possui com clareza. MINICUCCI (1995) uma organização deve conter um programa de comunicação eficaz a fim de evitar que conflitos sejam gerados devido ao mau entendimento da comunicação.

Por fim a equipe precisa ser incentivada para que se afastem as falhas no no ambiente de trabalho.

4.4 A LIDERANÇA TEM O CONHECIMENTO DO CANAL DE FEEDBACK:

Figura 4. Nível de conhecimento sobre os canais de feedback.



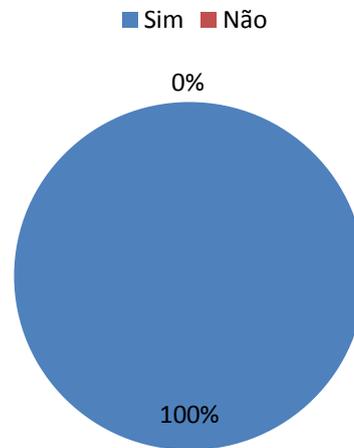
Fonte: Próprios autores

A pesquisa realizada sobre o conhecimento que os líderes possuem a cerca do feedback, 100% dos entrevistados afirmam possuir conhecimento sobre o processo visto que é uma ferramenta usada diariamente dentro da organização. Então tendo conhecimento e sabendo o quanto é importante este fator na organização, e preciso resaltar que Feedback é tanto para elogiar por algo que está bom, quanto para repreender por algo que não chegou a ser feito.

“Feedback é um processo que promove mudanças de atitudes, comportamentos e pensamentos. É a realimentação da comunicação a uma pessoa ou grupo, no sentido de fornecer-lhe informações sobre como sua atuação está afetando outras pessoas ou situações. O feedback eficaz é aquele que ajuda pessoas ou grupos a melhorarem seus desempenhos e assim alcançar seus objetivos e metas.”(MATOS, GUSTAVO Ed. 2. 2009)

4.5 – A má comunicação pode influencia no processo de produção:

Figura 5. Relação entre a má comunicação e a sua influencia no processo de produção.



Fonte: Próprios autores

O gráfico apresenta dados que demonstram que a má comunicação pode influenciar negativamente no processo de produção. 100% dos entrevistados afirmam que a partir do momento em que um líder não consegue transmitir a informação aos seus liderados tem-se início o processo de má comunicação, que pode se estender por outros processos. Os gestores de comunicação, independente da atuação, devem saber e compreender o planejamento como um processo claro, visando o as metas e objetivos das organizações (TAVARES, 2010).

Uma má comunicação ou a falta dela é um dos principais problemas encontrados entre funcionários de uma organização, isso pode trazer serias consequências à equipe. Quando não se tem uma comunicação mais chances haverá de boatos muitas vezes inconsistentes que acabam prejudicando os resultados de trabalho, e abalando emocionalmente os colaboradores por imaginar situações que nem vem a existe.

Como podemos observar pelas respostas dos entrevistados, que apesar de toda compreensão que tem sobre o assunto, a comunicação esta ligada na rotina de trabalho dos colaboradores, que perante a necessidade as atitudes se renovam a cada dia trazendo seu papel de líder ou gestor uma estratégia para transformar em pratica suas atitudes de melhora na comunicação. A organização que possibilita essa influencia de se comunicar de forma clara e objetiva tende a fortalecer o vinculo que une ambos colaboradores e lideres.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação deve ser valorizada devido a sua funcionalidade e importância para todos os processos da organização, com a participação constante dos envolvidos, pois é um veículo de informação no meio de um mundo competitivo. A comunicação interna é extremamente importante entre colaboradores e gestores, e através dela que se transmitem as mensagens de e executam ordem. Entretanto ela deve vir de forma clara e objetiva, sem dar margem a diferentes interpretações. Assim, o meio de propagação deve ser escolhido de forma que o receptor entenda o que deseja ser passado. Mas uma comunicação feita de forma insatisfatória dentro da empresa gera conflito, insegurança, e falta de interesse por parte dos colaboradores.

Quando a comunicação interna é eficaz ela dispensa conflitos, aumentando uma produtividade capaz de fazer com que os colaboradores ganhem de tempo e dinheiro, a comunicação é hoje o que move a empresa em satisfação com os seus colaboradores onde mantém seus colaboradores sempre motivados e o fluxo de ideias sempre conectadas. Mas um erro nesse processo pode levar a resultados negativos dentro da empresa. Dessa forma também é importante receber o feedback, utilizando essa ferramenta para entender a funcionalidade dos processos executados e interpretando a eficiência da comunicação.

Porém na prática isso não seja muito fácil, os gestores que desejam que a comunicação com seus colaboradores que seja eficaz precisam ter em saber que é de suma importância a buscar para desenvolver tais práticas. Entretanto nota-se uma dificuldade em planejar a forma mais clara para se transmitir uma informação. Tal fato deve ser analisado no momento de planejamento das atividades, de forma que seja pré-definido a forma e o canal da comunicação visando atingir o objetivo desejado.

ABSTRACT: The Business Communication intends to promote the interests and needs of the company, so managers and employees are aware of the procedures involved for the organization success. The lack for a good communication turns out to encourage an interest in knowing the process functionality. In this way, the present research intends to identify the importance of communication between organization and employee in the vehicle assembly plant,

adapting to reach a positive feedback within the organization. Remarking the need for a strategy to create a more effective communication channels in order to achieve the desired goal for the company.

Key Words: Communication, feedback, organization.

6- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDESI da Graça F. Fernandes, mestre em comunicação, em seu artigo. Comunicação interna na empresa – um grande desafio, 1999.

CABRAL, Valéria. Um ensaio sobre a comunicação interna pós-industrial em sua dicotomia discurso e prática. Revista *Organicom*, v. 1, n. 1, 2011.

CHAVES, Lúcio Edi. Gerenciamento da comunicação em projetos. Editora FGV, 2015.

CHIAVENATO, Idalberto Chiavenato.- Rio de Janeiro:Elsevier; São Paulo: Anhanguera,2010.

CHIAVENATO, Idalberto. Comportamento Organizacional. 2ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier. 2010.

CHIAVENATO,Idalberto. *Administração.Quarta* Edição.Totalmente Revista e Atualizada. 4ª Tiragem.

CLEMEN, Paulo. Como implantar uma área de comunicação interna. Mauad Editora Ltda, 2015.

CURVELLO, João José Azevedo. Comunicação interna e cultura organizacional. João José Azevedo Curvello, 2002.

CURVELO,Azevedo João José.Comunicação Interna e cultura Organizacional.Edição Revista atualizada.2012 Brasília.

FERREIRA JUNIOR, Achilles Batista et al. A eficácia da comunicação nas organizações. Caderno Organização Sistêmica, v. 3, n. 2, p. 5-18, 2013.

GIL, Antônio Carlos.Como elaborar *projetos de pesquisa*- 4.Ed. – São Paulo: Atlas, 2007.

MALHOTRA, N.K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARTINS, Adriana Andrade. Gestão de pessoas: um estudo sobre a relação da qualidade de vida no ambiente de trabalho e a motivação do profissional. 2013.

MEDEIROS, João Bosco. Redação Empresarial .5ª Edição.

MILANI, Adriane. RELACIONAMENTO NO TRABALHO. Revista de Administração, v. 1, n. 1, p. p. 47-53, 2013.

MOREIRA, Adriana. O segredo não é mais a alma do negócio. Comunicação Empresarial e as novas tecnologias da informação. Universidade Católica de Pernambuco, 2007.

ROSA, Fabio; OLIVEIRA, Luiz Alberto de. O feedback assertivo como fator motivacional. Maringá Management, v. 9, n. 2, p. 29-38, 2013.

RUGGIERO, Alberto Pirró. Qualidade da comunicação interna. 08 out. 2002. Disponível em:< <http://www.rh.com.br>>. Acesso em: 04 de Dez.2015.

SILVA, Natalia da. O TREINAMENTO COMO FERRAMENTA PARA O AUMENTO DA MOTIVAÇÃO DOS COLABORADORES NA ORGANIZAÇÃO. 2015.

SILVA, Raimunda da. "A importância da comunicação interna nas organizações: um estudo no SEBRAE em Pombal-PB." (2014).

VIEIRA, Roberto Fonseca. Comunicação Organizacional. Mauad Editora Ltda, 2004.

VIEIRA, Valter Afonso. As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. Revista da FAE, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 61-70, 2002.

Site - <https://qualidadeonline.wordpress.com/2010/01/14/a-importancia-da-comunicacao-interna-nas-empresas/> 16/06 as 13:00hs

Tavares, Mauricio – Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação: Integrando Teorias e Práticas/ Mauricio Tavares. – 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2010

MOSCOVICI, Fela. Desenvolvimento interpessoal. Rio de janeiro: LTC – Livros técnicos e científicos. Editora S.A, 1985.

ALMEIDA, Luiz Fernando. Reconhecimento & recompensa: o processo de reconhecimento e recompensa como ferramenta para alcançar desempenhos superiores nas organizações. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

Site- <http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/35722396.pdf> dia 20/06/2016 as 21:19hs "A PRÁTICA DO FEEDBACK EM UMA ORGANIZAÇÃO INDUSTRIAL DE SÃO JOSÉ/SC"

Lucimeri Ramos lucimeri78@gmail.com UNIASSELVI/FADESC

Helio Alves da Cruz adm.helio@bol.com.br UNIASSELVI/FADESC.

¹-<http://www.bib.unesc.net/biblioteca/sumario/000039/000039AA...pdf> dia 18/06/2016 as 19:12hs

²<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/43318476.pdf> dia 18/06/2016 as 21:23hs

7 APÊNDICE

Questionário sobre comunicação.
Por gentileza responder as questões abaixo.
(Marque apenas uma alternativa)

Idade: _____.

Nível escolaridade: _____ Curso: _____.

Tempo de atuação na função: _____.

1- Você acha que a comunicação interna é importante para organização?

- Sim;
 Não.

2- Qual o meio de comunicação mais utilizado no setor produtivo?

- E-mail;
 Jornal;
 Mural;
 Reunião.

3- A comunicação está chegando para o líder de maneira clara e objetiva para que o mesmo possa passar para os seus liderados?

- As vezes;
 Nunca;
 Sempre.

4- Você conhece o canal de comunicação feedback ?

- Sim;

Não;

5 – A má comunicação pode ter influencia no processo de comunicação?

Sim;

Não.