FACULDADE SANTA RITA CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

O USO DAS FERRAMENTAS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL INTERNA, COMO FATOR ESTRATÉGICO PARA OBTENÇÃO DE RESULTADOS POSITIVOS NA ORGANIZAÇÃO: ESTUDO DE CASO EM UMA LOJA VAREJISTA NA CIDADE DE NOVO HORIZONTE-SP.

Camila Aparecida Gabriel Érika Boffi da Costa Renan Carvalho Olimpio

NOVO HORIZONTE-SP 2020

FACULDADE SANTA RITA CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Camila Aparecida Gabriel Érika Boffi da Costa Renan Carvalho Olimpio

O USO DAS FERRAMENTAS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL INTERNA, COMO FATOR ESTRATÉGICO PARA OBTENÇÃO DE RESULTADOS POSITIVOS NA ORGANIZAÇÃO: ESTUDO DE CASO EM UMA LOJA VAREJISTA NA CIDADE DE NOVO HORIZONTE-SP.

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à Faculdade Santa Rita, como requisito de obtenção do título Bacharel em Administração sob orientação do Prof. Lucas Pascoal Luiz.

NOVO HORIZONTE-SP 2020

Gabriel, Camila Aparecida; Costa, Érika B. da; Olímpio, Renan C.

G118u O uso das ferramentas da comunicação organizacional interna, como fator estratégico para obtenção de resultados positivos na organização: estudo de caso em uma loja varejista na cidade de Novo Horizonte-SP / Camila Aparecida Gabriel; Érika Boffi da Costa; Renan Carvalho Olímpio – Novo Horizonte, 2020.

35 f; 30 cm.

Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso de Administração) - Faculdade Santa Rita, 2020.

Orientador: Lucas Pascoal Luiz

Comunicação.
 Comunicação Organizacional.
 Comunicação Organizacional Interna.
 Colaboradores.
 Ferramentas da Comunicação. Autor .II.Título.

CDD--

MEMBROS DA BANCA DE DEFESA DO TRABALHO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

CAMILA APARECIDA GABRIEL ÉRIKA BOFFI DA COSTA RENAN CARVALHO OLÍMPIO

APRESENTADA À FACULDA	DE SANTA RITA, EM 10 DE DEZEMBRO DE 2020.
BANCA DE DEFESA:	
_	
	Prof. Orientador- Lucas Pascoal Luiz
	FACULDADE SANTA RITA
	Prof. ^a Andreza Santoro Roque
	FACULDADE SANTA RITA
	FACULDADE SANTA RITA
	Prof. ^a Karla Gonçalves Macedo
	FACULDADE SANTA RITA

O USO DAS FERRAMENTAS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL INTERNA, COMO FATOR ESTRATÉGICO PARA A OBTENÇÃO DE RESULTADOS POSITIVOS NA ORGANIZAÇÃO: ESTUDO DE CASO EM UMA LOJA VAREJISTA NA CIDADE DE NOVO HORIZONTE-SP.

Camila Aparecida Gabriel ¹ Érika Boffi da Costa ² Renan Carvalho Olimpio ³ Lucas Pascoal Luiz⁴

RESUMO

Este trabalho tem o intuito de estudar o uso das ferramentas da comunicação organizacional interna, como fator estratégico para obtenção de resultados positivos na organização: estudo de caso em uma loja varejista na cidade de Novo Horizonte – SP. Por meio de uma pesquisa em campo, através de questionários interativos, foram mapeados e descritos quais ferramentas da comunicação organizacional interna são mais utilizadas dentro da organização e quais se tem maior obtenção de resultados positivos dentro do fator estratégico. As atividades analisadas foram: Os conceitos de comunicação, comunicação organizacional interna, ferramentas da comunicação e os resultados da cominação interna. A análise foi feita através de pesquisas com questionários interativos passados à Gerencia e os colaboradores, de modo a detectar quais ferramentas da comunicação interna eram mais utilizadas e eficientes para se obter resultados positivos, a identificação de falhas nos canais de comunicação, a importância da comunicação interna para um clima organizacional produtivo, a visibilidade e o feedback da gerencia para com os colaboradores e o índice de satisfação dos funcionários.

Palavras-chave: Comunicação, Comunicação Organizacional, Comunicação Organizacional Interna, Colaboradores, Ferramentas da Comunicação.

¹123 Discentes do 8° termo do Curso de Administração da Faculdade Santa Rita-SP, FASAR.

⁴ Professor do Curso de Administração da Faculdade Santa Rita-SP, FASAR.

Abstract

This work aims to study the use of internal organizational communication tools, as a strategic factor to obtain positive results in the organization: case study in a retail store in the city of Novo Horizonte - SP. Through field research, by interactive questionnaires, it was mapped which tools of internal organizational communication are most used within the organization and which of them have the greatest positive results within the strategic fator. The activities analyzed were: The concepts of communication, internal organizational communication, communication tools and the results of internal communication. The analysis was carried out through surveys with interactive questionnaires sent to the Management and employees, in order to detect which internal communication tools were most used and efficient to obtain positive results, the identification of flaws in the communication channels, the importance of communication internal to a productive organizational climate, visibility and management feedback to employees and the employee satisfaction index.

Keywords: Communication; organizational communication; internal organizational communication; collaborators; communication tools.

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1 Cidade de Novo Horizonte	10
Figura 2 Comunicação Organizacional Interna	11
Figura 3 Ferramentas da Comunicação Interna	13.
GRAFICOS	
Gráfico 1 - Qual sua função/cargo na empresa?	ـ8 <u>6</u>
Gráfico 2 - Qual seu nível de conhecimento sobre a Missão, Visão, Valores e objetivos da organização	
1	.9 <u>7</u>
Gráfico 3 - Dentre as ferramentas de comunicação descritas, quais as mais utilizadas na organização?)
	.9 <u>7</u>
Gráfico 4 - Você tem acesso e visibilidade à liderança?	20 <u>8</u>
Gráfico 5 - Você tem um feedback da gerência em relação a problemas ou demais assuntos	
questionados?2	20 <u>8</u>
Gráfico 6 - Na sua opinião, quais das ferramentas abaixo é mais eficiente para a comunicação interna	l
na empresa?	<u>19</u>
Gráfico 7 - Em relação à obtenção de resultados, você classifica a comunicação interna como2	220

Sumário

1. INTRODUÇ	ÃO	10
2. REVISÃO B	IBLIOGRÁFICA	12
2.1 Comui	nicação	12
2.2 Comui	nicação organizacional	13
2.3 Comui	nicação organizacional interna	13
2.4 Ferran	nentas da comunicação interna	14
2.5 Comui	nicação interna e resultados	16
3. METODOLO	OGIA	17
4. RESULTADO	OS DA PESQUISA	17
4.1 Questi	ionário sobre Comunicação Interna Organizacional	18
4.2 Questi	ionário sobre o Índice de Satisfação dos funcionários	23
4.3 Questi	ionário Comunicação Interna — Gerência	25
5. CONCLUSÃ	iO	28
6. REFERÊNCI	AS	31
APÊNDICE	S	34

1. INTRODUÇÃO

O trabalho em questão tem por objetivo analisar o uso das ferramentas de comunicação interna de uma loja varejista, com uma Companhia de cerca de 90 anos de existência, cuja qual comercializa produtos de todos os departamentos, tais como: perfumaria, cama, mesa e banho, lingeries e vestuário em geral, brinquedos, papelaria, bomboniere, mercearia, entre outros. Nos dias atuais, a organização conta com mais de 1500 lojas ao redor do Brasil, e recentemente, foi merecedora da certificação GPTW (*Great place to work*), votada pelos colaboradores de todos os cargos e funções da empresa, certificação essa que envolveu fatores humanitários dentro da organização durante toda a sua pesquisa.

A cidade de Novo Horizonte, com cerca de 42.000 habitantes, no interior de São Paulo, a praticamente 405Km da Capital, possui grande riqueza em agropecuária e como sua principal fonte de renda e emprego, as usinas e o comércio. Abaixo, foto da igreja Matriz, localizada no Centro da cidade de Novo Horizonte.

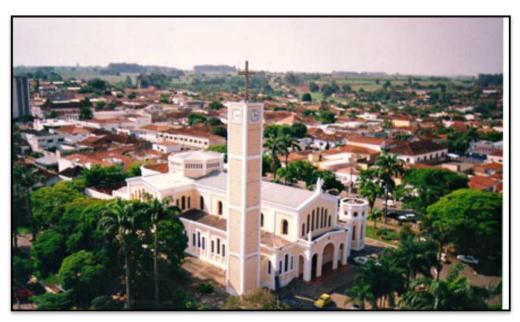


Figura 1 Cidade de Novo Horizonte Fonte: Câmara Municipal Novo Horizonte (2020)

A loja em questão nasceu em outubro de 2017, atualmente com três anos de exercício. Comercializa produtos de diversas sessões como as tratadas acima

(bomboniere, vestuário, perfumaria, cama, mesa e banho, papelaria e etc), além disso, conta com o apoio atualmente de 6 associados, sendo uma gerente, 3 supervisores e 2 operadores, cujos quais todos responderam à pesquisa informada nesse trabalho.

O presente trabalho foi um estudo de caso realizado em uma loja varejista localizada na cidade de Novo Horizonte, que buscou analisar sua comunicação organizacional interna, as ferramentas de comunicação utilizadas e os resultados alcançados por meio do uso dessas ferramentas.

O uso das ferramentas de comunicação organizacional interna, contribui para um maior comprometimento de seus colaboradores, bem como favorece a melhoria do desempenho e do clima organizacional, refletindo positivamente nos resultados da organização. A comunicação organizacional interna tem como foco de suas ações, os colaboradores. É a transmissão de informações no ambiente corporativo, que tem como disposição fazer com que os colaboradores se alinhem e comprometam-se com os desígnios da empresa, diminuindo a distância entre departamentos, aumentando a interação e melhorando o relacionamento entre os funcionários.

É sabido que a comunicação organizacional interna é um elemento-chave para promover o comprometimento de seus colaboradores, condição esta que reflete diretamente nos resultados da empresa. Neste contexto, o trabalho mostrará o estudo do tema e como ele pode ser aplicado na área de varejo por meio do uso das ferramentas da comunicação organizacional interna.

Para Kunsch (2003) as organizações precisam ter uma comunicação interna integrada com políticas globais estabelecidas, estratégias delineadas e programas de ação voltados para todo o pessoal do ambiente interno, além de dispor de canais e instrumentos diversos que permitam que todas as áreas da organização atuem sinergicamente.

O trabalho em questão tem por objetivo analisar o uso das ferramentas de comunicação interna de uma loja varejista na cidade de Novo Horizonte - SP, e os resultados obtidos a partir dessas aplicações.

- Analisar o que é comunicação organizacional interna;
- Identificar as ferramentas de comunicação interna utilizadas pela empresa analisada;

- Apresentar os resultados obtidos com o uso das ferramentas de comunicação interna para que a organização tome as suas decisões;
- Avaliar o índice de satisfação dos colaboradores no ambiente de trabalho;
- Avaliar o nível de importância dado pela gerência quanto ao tema abordado;

O uso das ferramentas de comunicação organizacional interna contribui para um maior comprometimento de seus colaboradores, bem como favorece a melhoria do desempenho e do clima organizacional, refletindo positivamente nos resultados da empresa.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Na revisão da bibliografia científica destacam-se informações básicas e pertinentes, que sustentam e fundamentam teoricamente o trabalho, evidenciando os aspectos relacionados à comunicação, comunicação organizacional, comunicação organizacional interna e as ferramentas da comunicação organizacional interna.

2.1 Comunicação

Segundo Camargo (2012 apud FRANÇA, 2005, p. 39) A comunicação pode ser entendida como o "processo social básico de produção e partilhamento do sentido através da materialização de formas simbólicas".

A comunicação é a propagação de informações de pessoa para pessoa, ou de instituição para instituição. É todo o processo em que o emissor esclarece e influencia o receptor da mensagem, fazendo com que a mensagem seja compreendida e disseminada, normalmente a transmissão de informações tem o intuito de influenciar comportamentos. (CHIAVENATO, 1999).

2.2 Comunicação organizacional

A definição de comunicação organizacional está no Processo dinâmico por meio do qual as organizações se relacionam com o meio ambiente e por meio do qual as subpartes da organização se conectam entre si, gerando um fluxo de informação dentro de uma rede de relações interdependentes. (MARCHIORI, 2008).

Devido ao seu caráter estratégico, a comunicação ganhou espaço na gestão organizacional, e vem sendo muito utilizada por empresas que buscam acompanhar as transformações e se comunicar com os diversos públicos com os quais ela se relaciona. (MARCHIORI, 2008).

2.3 Comunicação organizacional interna

A comunicação interna está inclusa na comunicação organizacional. Temos que ter em mente que qualquer trabalho que envolva o público interno, fundamentalmente deverá ser orientado pela comunicação. Como afirma Valsani (2001, p.180): "O melhor programa de integração, o envolvimento mais profundo e duradouro, o programa que realmente cria uma empatia entre organização e colaborador, é necessariamente baseado em comunicação". Abaixo, ilustração do processo de comunicação.



Figura 2 Comunicação Organizacional Interna

Fonte: Souza, Wilson (2017)

Segundo Marchiori (2008) "[...] qualquer organização que bem se comunica depende inicialmente da comunicação que estabelece com seus funcionários. Se faltou o diálogo em âmbito interno, o fato se refletirá em âmbito externo".

Closs (2019) relata que saber ouvir as ideias, trocar informações, e difundir claramente a missão, a visão e os valores aos colaboradores, permite que eles se envolvam mais com a organização, e se tornem defensores da marca, proporcionando melhores resultados para a empresa.

Como cita Closs (2017), a comunicação interna existe em todo ambiente organizacional, acontece que em algumas empresas ela é gerenciada e em outras não. E, a comunicação interna não pode tratar a informação como algo que vem de cima para baixo, muito pelo contrário. Quando a informação é tratada de forma horizontal e ascendente, a comunicação organizacional interna se torna mais benéfica no ambiente organizacional.

De acordo com Farias (2007), empresas que têm uma boa comunicação interna têm funcionários que detém informações importantes e atualizadas sobre o produto que a empresa oferece. A comunicação interna eficiente permite que todas as novidades, informações e melhorias sejam repassadas para todos os colaboradores, permitindo que eles repassem essas informações aos clientes.

De acordo com Barros e Matos (2015), diferentemente da comunicação externa e mercadológica, a comunicação interna está diretamente ligada ao relacionamento com os colaboradores.

2.4 Ferramentas da comunicação interna

As ferramentas da organização interna são uma oportunidade para melhorar os processos da empresa e alinhar a comunicação entre as equipes. É uma estratégia que não se trata de um luxo, mas de uma necessidade, haja vista os benefícios que ela traz para a organização, como redução de ruídos e aumento da produtividade. (MASSAD, 2016). Abaixo, ilustração das ferramentas da comunicação.



Figura 3 Ferramentas da Comunicação Interna

Fonte: https://blog.hondana.com.br/ (2017)

Segundo Massad (2016), existem ferramentas de comunicação capazes de estimular o comportamento do colaborador, quando o funcionário entende o seu valor e percebe que seu papel é importante para que a empresa alcance os objetivos, ele se sente parte fundamental de toda a engrenagem, e se sente motivado, colaborando para o aumento da produtividade.

Algumas das ferramentas de comunicação interna e sua utilidade, conforme o quadro 1.

Quadro 1. Ferramentas de comunicação interna

Ferramenta	Utilidade
Intranet	Possibilita a divulgação de todas as novidades e produtos da empresa, fornece informações, oferece treinamentos e auxilia no crescimento do colaborador. O acesso é permitido somente para os funcionários, tornando a comunicação padronizada e ao alcance de todos.
Rede social corporativa	Similar a redes sociais tradicionais, é considerada como uma intranet mais avançada. Engaja os funcionários, tem baixo custo, plataforma de nuvem e todos os colaboradores podem participar.
Mural	Importante na hora de deixar lembretes e fazer convites. Porém, só tem funcionalidade se estiver bem localizado e visível para todos da organização.
T.V. Corporativa	Versão tecnológica do mural, porém também é necessário

	estar em um ambiente onde todos possam ver, se possível espalhadas por diversos locais da empresa.
E-mail	Com muito efeito ainda nos dias atuais, tem muita utilidade para informar imprevistos, novidades e reuniões agendadas.
Newsletter	Contém um resumo das informações e notícias importantes para os colaboradores. Se possível, a empresa deve emiti-la sempre nos mesmos períodos e datas.
Manual do colaborador	Importante para os novos funcionários, contendo informações sobre os benefícios oferecidos, políticas e práticas adotadas pela organização, sendo como um guia para o recémcontratado.
Caixa de sugestões Traz resultados eficazes, propiciando aos funci possibilidade de expor suas ideias e sugestões d mais aberta, agregando muito para a empresa.	
Reuniões	Muito importante na hora de tratar de assuntos especiais em que não possa haver ruídos na comunicação. É fundamental para alinhar planejamentos, solucionar dúvidas e estabelecer metas.
Videoconferência	Semelhante as reuniões, é uma excelente alternativa para a resolução de problemas mais urgentes, onde não há a presença de todos os envolvidos na organização.

Quadro 1 Ferramentas de comunicação interna

Fonte: Anselmo Massad, 2016

2.5 Comunicação interna e resultados

A mensuração da comunicação interna, quando relacionada aos resultados obtidos pela organização, deve considerar as transformações constatadas e observadas pelos próprios colaboradores, o que facilitará, por consequência, o alcance dos objetivos do negócio, em um ambiente onde há coerência entre o dizer e o fazer. (MOLINA, 2018).

Medir a eficiência da Comunicação Interna é um desafio para praticamente todas as organizações, e isso acarreta na dificuldade das empresas em enxergar essa área como potencial estratégico para o negócio. Para tornar visível os resultados da boa comunicação interna, o uso de KPI (Key Performance Indicator), também conhecido como Indicador-chave de Desempenho é extremamente importante. (TECLÓGICA, 2017).

O ESI (do inglês, Employee Satisfaction Index), mede o índice de satisfação dos funcionários, podendo apontar falhas na comunicação interna, como também

problemas de relacionamento, benefícios e jornada de trabalho. (TECLÓGICA, 2017).

3. METODOLOGIA

O presente trabalho foi um estudo de caso realizado em uma loja varejista da cidade de Novo Horizonte, interior do estado de São Paulo, que buscou analisar sua comunicação organizacional interna, as ferramentas de comunicação utilizadas e os resultados alcançados por meio do uso dessas ferramentas.

A pesquisa foi do tipo descritiva, proporcionando uma nova visão sobre o assunto, e a abordagem foi quantitativa, onde foram observadas as atividades dos indivíduos, como também houve a coleta, análise e mensuração dos dados obtidos. O trabalho teve como população e amostra os funcionários da unidade, no total de seis pessoas. Todos os funcionários responderam ao questionário.

Quanto aos procedimentos, o trabalho utilizou fontes primárias, que foram dados colhidos, agrupados e quantificados. O instrumento para coleta dos dados foi o questionário, que foi aplicado a todos os colaboradores. O questionário foi preparado de modo virtual, com perguntas fechadas de múltipla escolha e perguntas do tipo matriz. O questionário foi enviado aos colaboradores por meio de uma rede social, onde foram respondidos e devolvidos aos pesquisadores de maneira virtual.

4. RESULTADOS DA PESQUISA

O início da pesquisa deu-se com a elaboração de três questionários. Dois deles (APÊNDICE 01 E APÊNDICE 02) foram aplicados individualmente para 05 colaboradores, e um terceiro (APÊNDICE 03) aplicado somente para a gerência, 01 pessoa. Os questionários foram confeccionados e enviados de maneira virtual para os colaboradores, e assim que respondidos, houve a apuração dos resultados obtidos e a criação de gráficos apresentando as respostas e

percepções dos funcionários em relação às indagações sobre a Comunicação Interna, ferramentas da comunicação interna, e percepções a respeito da importância da Comunicação Interna eficiente.

4.1 Questionário sobre Comunicação Interna Organizacional

Após o questionário respondido foi possível criar gráficos com a opinião e percepção dos colaboradores sobre a Comunicação Interna Organizacional.

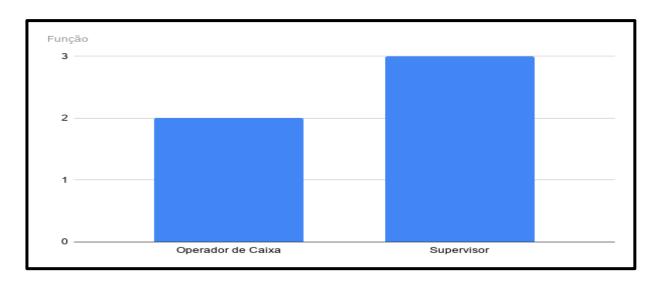


Gráfico 1 - Qual sua função/cargo na empresa?

Fonte: Dados primários

De acordo com o gráfico 1, sobre a função/cargo na empresa, dos cinco funcionários, 2 deles têm a função de operador de caixa e três têm a função de supervisor.

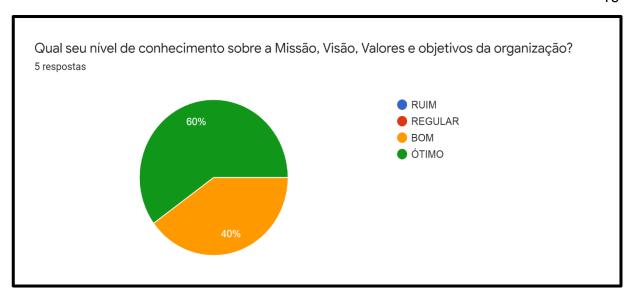


Gráfico 2 - Qual seu nível de conhecimento sobre a Missão, Visão, Valores e objetivos da organização?

Fonte: Dados primários

Sobre o nível de conhecimento, o gráfico mostra que 60% dos funcionários tem o nível ótimo e 40% têm o nível bom, em relação ao conhecimento sobre a Missão, Visão, Valores e objetivos da organização. Conclui-se que os colaboradores não têm dúvidas sobre o perfil da organização.

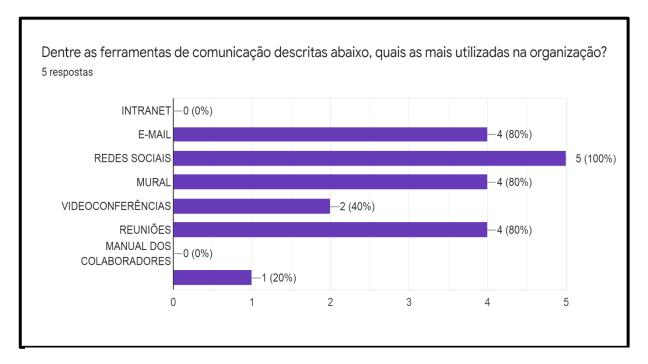


Gráfico 3 - Dentre as ferramentas de comunicação descritas, quais as mais utilizadas na organização?

Fonte: Dados primários

De acordo com o gráfico, das ferramentas de comunicação interna relacionadas, as mais utilizadas são: e-mail, redes sociais, videoconferências e reuniões.

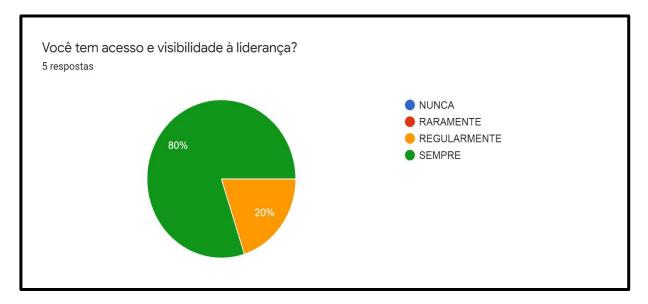


Gráfico 4 - Você tem acesso e visibilidade à liderança?

Fonte: Dados primários

De acordo com o gráfico, das respostas obtidas, 80% dizem que sempre e 20% diz que regularmente tem acesso e visibilidade à liderança, conclui-se que a liderança é acessível e visível para todos os funcionários de maneira satisfatória.

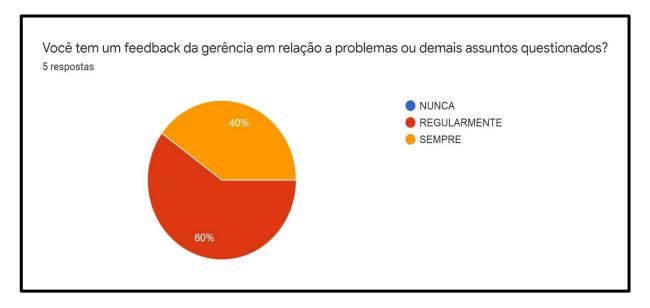


Gráfico 5 - Você tem um feedback da gerência em relação a problemas ou demais assuntos questionados?

Fonte: Dados primários

De acordo com o gráfico, das respostas obtidas, 60% dizem que regularmente, seguido por 40% que diz que sempre tem retorno dos questionamentos encaminhados à gerência, conclui-se que os funcionários estão satisfeitos com a gerência quanto aos problemas e assuntos a ela repassados para serem resolvidos.

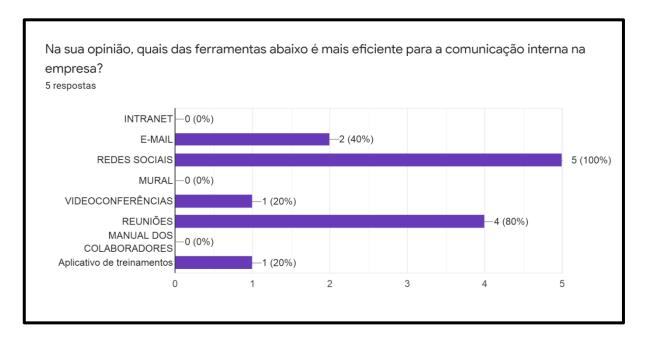


Gráfico 6 - Na sua opinião, quais das ferramentas abaixo é mais eficiente para a comunicação interna na empresa?

Fonte: Dados primários

De acordo com o gráfico, das ferramentas de comunicação interna relacionadas, as mais eficientes são: e-mail, redes sociais, videoconferências, reuniões e aplicativo de treinamentos. Conclui-se que as ferramentas intranet, mural e manual dos colaboradores não são eficientes para a empresa.

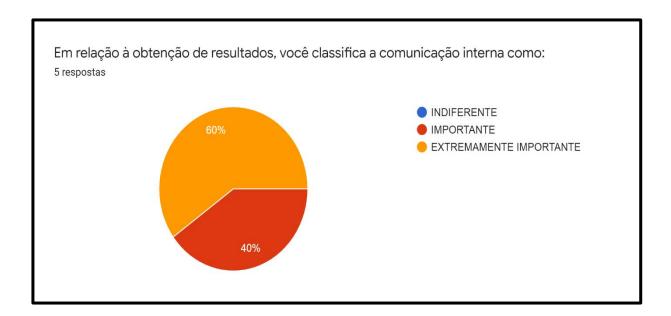


Gráfico 7 - Em relação à obtenção de resultados, você classifica a comunicação interna como.

Fonte: Dados primários

De acordo com o gráfico, das respostas obtidas, 60% classificam como extremamente importante seguido por 40% que classificam como importante a comunicação interna para a obtenção de resultados.

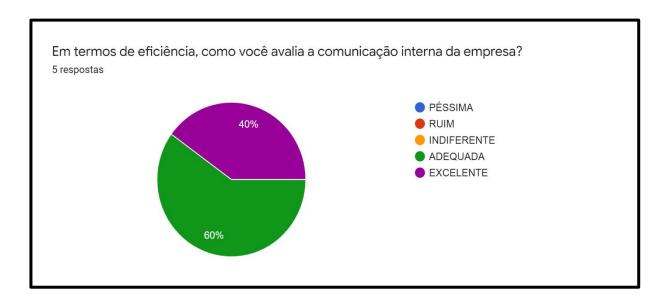


Gráfico 8 - Em termos de eficiência, como você avalia a comunicação interna da empresa? Fonte: Dados primários

De acordo com o gráfico, das respostas obtidas, 40% classificam a comunicação interna da empresa como excelente seguido por 60% que dizem que a comunicação interna da empresa é adequada. Infere-se que a Comunicação interna da empresa é satisfatória para todos os colaboradores.

4.2 Questionário sobre o Índice de Satisfação dos funcionários

Após o questionário respondido foi possível criar gráficos referente ao índice de satisfação dos colaboradores em relação ao trabalho e à liderança da empresa.

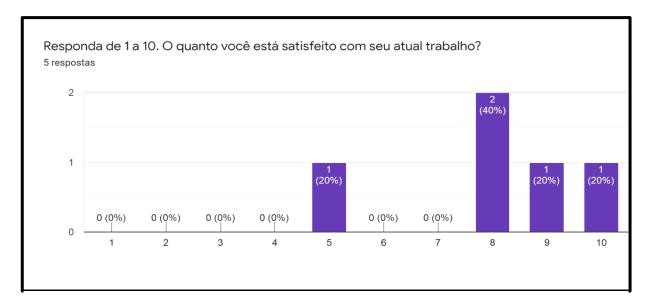


Gráfico 9 - Índice de Satisfação dos Colaboradores

Fonte: Dados primários

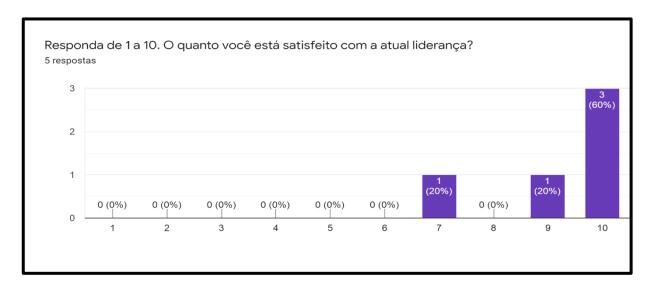


Gráfico 10 - Índice de Satisfação com a Atual Liderança

Fonte: Dados primários

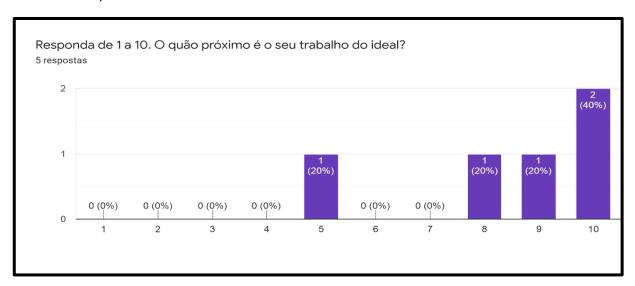


Gráfico 11 - Índice de Proximidade ao Trabalho Ideal

Fonte: Dados primários

Para a análise do questionário que mede o Índice de Satisfação dos Colaboradores, foi realizado um cálculo com a seguinte fórmula:

[((valor total das respostas \div quantidade total de respostas) – 1) \div 9] x 100

$$[((128 \div 15) - 1) \div 9] \times 100 =$$

$$[(8,53 - 1 \div 9] \times 100 =$$

$$[7,53 \div 9] \times 100 =$$

$$8,84 \times 100 =$$

$$= 84.$$

De acordo com Belatur (2017) os resultados variam de 0 a 100 pontos, onde abaixo de 66 é necessária uma revisão dos benefícios, atitudes e programas da empresa, enquanto mais próximo de 100, representa funcionários mais satisfeitos e felizes. Conclui-se que os colaboradores da empresa se sentem satisfeitos com o trabalho e a liderança da organização.

4.3 Questionário Comunicação Interna - Gerência

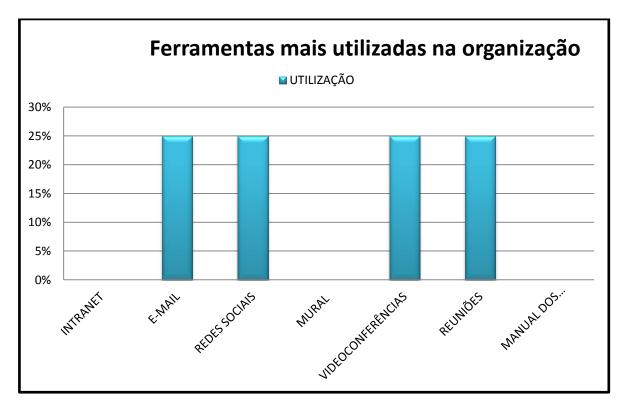


Gráfico 10 - Índice de Ferramentas da Comunicação o Interna Utilizadas na Organização. Fonte: Dados primários

De acordo com o gráfico, das ferramentas de comunicação interna relacionadas, as mais utilizadas são: e-mail, redes sociais, videoconferências e reuniões. Conclui-se que são igualmente utilizadas as ferramentas de e-mail, redes sociais, videoconferências e reuniões, em contrapartida, a intranet, o mural, o manual dos colaboradores não são utilizados na empresa.

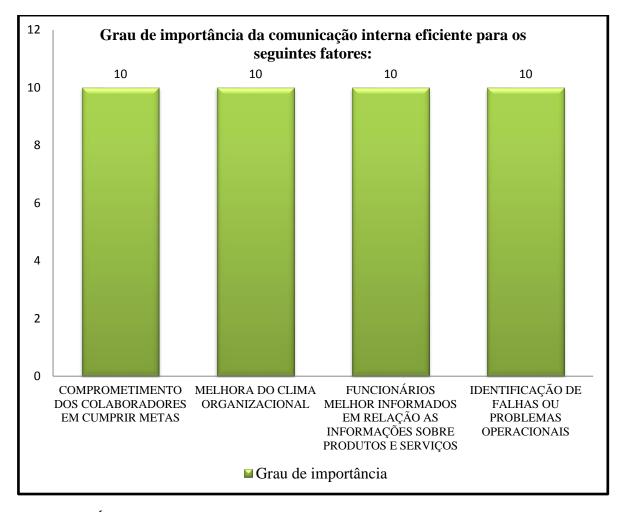


Gráfico 11 - Índice de Classificação de 1 a 10, o grau de importância de uma Comunicação Interna Eficiente para os seguintes fatores.

Fonte: Dados primários

De acordo com o gráfico, o grau de importância de uma comunicação interna eficiente, foi classificado pela gerência como 10, sendo extremamente importante para os seguintes fatores: comprometimento dos colaboradores em cumprir metas; melhora do clima organizacional; funcionários melhor informados

em relação às informações sobre produtos e serviços e identificação de falhas ou problemas operacionais. Sendo assim, conclui-se que a comunicação interna eficiente contribui para um maior comprometimento dos colaboradores, melhora do clima organizacional, funcionários mais bem informados e preparados e identificação de falhas e problemas operacionais.



Gráfico 12 - Como você avalia a Comunicação Interna da organização? Fonte: Dados primários

De acordo com o gráfico, a avaliação da gerência em relação à Comunicação Interna da organização é Boa.

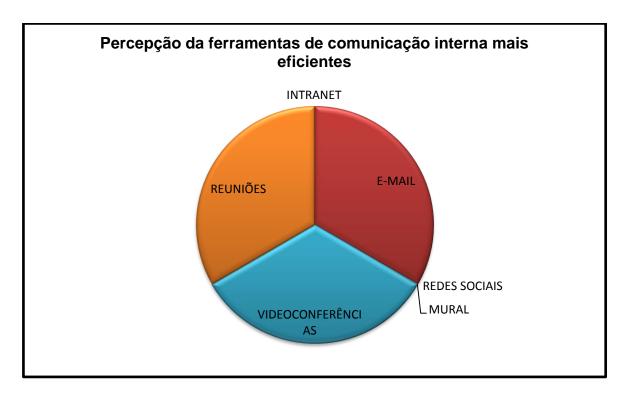


Gráfico 13 – Índice de percepção das ferramentas de comunicação interna mais eficientes. Fonte: Dados primários.

De acordo com o gráfico, a percepção da gerência é de que as reuniões, videoconferências e uso de e-mails, são as ferramentas de comunicação internas mais eficientes. Infere-se que o uso das redes sociais, mural e intranet não são eficientes para a organização.

5. CONCLUSÃO

A comunicação organizacional interna, bem como a comunicação de uma forma geral, é, de forma satisfatória, de extrema importância para a organização, pois contribui para a produtividade, motivação e melhora do ambiente de trabalho. É uma ação inteiramente ligada aos colaboradores.

Quando a comunicação interna é bem trabalhada no âmbito organizacional, os resultados são assertivos e perceptíveis, pois refletem diretamente na obtenção de resultados da empresa, comprometimento, motivação dos funcionários e melhora do clima organizacional como um todo.

Neste trabalho, buscou-se analisar a eficiência do uso das ferramentas da comunicação organizacional interna, como fator estratégico para a obtenção de resultados positivos na organização, quando aplicada a uma loja varejista na cidade de Novo Horizonte-SP.

De forma crítica, foram apurados os resultados da pesquisa por meio de três questionários, sendo dois deles aplicados aos colaboradores (3 supervisores e 2 operadores) e o último aplicado à gerência.

De acordo com as pesquisas informadas no trabalho em questão, os colaboradores utilizam de ferramentas consideradas por eles importantes para a comunicação interna da organização, o que torna o ambiente organizacional melhor elaborado para os pontos tratados, como conhecimento sobre Missão, Visão e Valores da empresa, que de acordo com os resultados obtidos, conclui-se que a disseminação dessas informações é eficiente. Ainda, foi possível concluir que, de forma satisfatória, a liderança é visível e acessível para todos os funcionários, bem como a satisfação deles em relação à gerência quanto aos problemas reportados a ela para tomada de decisões.

As ferramentas de comunicação mais utilizadas e mais eficientes, de acordo com a apuração da pesquisa, são e-mail, redes sociais, videoconferências e reuniões, e, aplicativos de treinamento. Contudo, acerca dos tópicos retratados, foi possível verificar a ineficiência de algumas ferramentas, como intranet, mural e manual dos colaboradores.

Em termos de eficiência, foi possível concluir nesta etapa que a comunicação interna da organização é adequada, o que se infere que os colaboradores estão satisfeitos com o trabalho e a liderança a organização.

Para a gerência, as ferramentas mais utilizadas e mais eficientes para a comunicação interna da organização são e-mail, videoconferências e reuniões. A gerência também avaliou a importância da Comunicação Interna, classificando como boa e avaliando com grau 10, ou seja, sendo extremamente importante para os seguintes fatores: comprometimento dos colaboradores em cumprir metas; melhora do clima organizacional; funcionários melhor informados em relação às informações sobre produtos e serviços e identificação de falhas ou problemas operacionais.

Contudo, pode-se observar através da mensuração dos resultados da pesquisa a eficiência da Comunicação Organizacional Interna como fator

estratégico e eficiente no ambiente organizacional, pois ela contribui, para a motivação dos funcionários, transparência e participação nas estratégias e decisões da empresa, assim como melhora da produtividade dos associados de uma forma geral.

6. REFERENCIAS

BARROS, Daiane Monique Lima; MATOS, Nailton Santos. A importância da comunicação organizacional interna e dos feedbacks gerenciais. Revista de administração, 2015.

CAHEN, Roger. Comunicação empresarial: A imagem como patrimônio da empresa e ferramenta de marketing. Editora Best Seller, 12ª edição, 2008.

CAMARGO, Eder Pires de. **A comunicação e os contextos comunicativos como categorias de análise.** Disponível em: http://books.scielo.org/id/zq8t6/pdf/camargo-9788539303533-05.pdf. Acesso em: 08 de setembro de 2020.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 21ª Reimpressão Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

CLOSS, Danieli. **7 tendências de Comunicação Interna para 2019**. Redação Portal Alberje, 2019. Disponível em: https://www.aberje.com.br/7-tendencias-decomunicacao-interna-para-2019/. Acesso em: 17 de agosto de 2020.

CLOSS, Danieli. Comunicação interna: Tudo o que você precisa saber para melhorar a da sua empresa. 2017. Disponível em: https://endomarketing.tv/comunicacao-interna/>. Acesso em: 06 de setembro de 2020.

FARIAS, Patrícia Cadore de. Diagnóstico para a melhoria da comunicação interna da Empresa Municipal de Água e Saneamento de Balneário Camboriú- EMASA. 2007. Disponível em: http://siaibib01.univali.br/pdf/Patricia%20Cadore%20de%20Farias.pdf>. Acesso em: 19 de outubro de 2020.

KUNSCH, M. M.. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4a. ed. – revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.

MARCHIORI, Marlene. Cultura e Comunicação Organizacional: um olhar estratégico sobre a organização. 2. ed. revisada e ampliada — São Caetano, S.P.: Difusão Editora, 2008. Disponível em:

books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=PDjnDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=artigos+sobre+comunicação+or ganizacional&ots=NuXelTqKNT&sig=v7_McqKfwzLuwc9PWrYaA0tgaRc#v=onepa ge&q&f=false>. Acesso em: 17 de agosto de 2020.

MASSAD, Anselmo. Ferramentas de comunicação interna para pequenas empresas. Disponível em: https://blog.contaazul.com/ferramentas-de-comunicacao-interna-para-pequenas-empresas. Acesso em: 16 de setembro de 2020.

MOLINA, Sebástian. A gestão por resultados em Comunicação Interna. Disponível em: https://fundacom.lat/pt/tag/comunicacion-interna/>. Acesso em: 08 de novembro de 2020.

OLIVEIRA, Rodrigo. **Comunicação Interna: conheça 10 ferramentas úteis.**Disponível em: https://www.comunique-se.com.br/blog/comunicacao-interna-ferramentas/>. Acesso em: 15 de setembro de 2020.

PESSONI, Arquimedes; YIZIMA2, Lucineide. **Comunicação interna - desafios e atualizações no cenário atual.** Disponível em: <file:/C:/Users/LNV-OTE/Documents/Meus%20Documentos/Faculdade%204ano/%C3%A9rika%206.p df/>. Acesso em: 18 de setembro de 2020.

TECLÓGICA. **Comunicação Interna Corporativa: como mensurar?** Disponível em: < https://blog.teclogica.com.br/>. Acesso em: 16 de novembro de 2020.

TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura-Poder-Comunicação e imagem: Fundamentos da nova empresa.** Pioneira Tompson Learning, 2002.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política.** Cengage Learning, 2008.

VALSANI, Flávio. **Novas Formas de Comunicação Interna.** In: Kunsch, Margarida M. K. (org), Obtendo Resultados com Relações Públicas, São Paulo, Pioneira, 2001.

APÊNDICES

APÊNDICE 01

QUESTIONÁRIO REALIZADO COM 5 FUNCIONÁRIOS DA EMPRESA

Questionário sobre Comunicação Interna Organizacional

1 - Qual sua função/cargo na empresa? Sua resposta
2 - Qual seu nível de conhecimento sobre a Missão, Visão, Valores e objetivos da organização? () RUIM () REGULAR () BOM () ÓTIMO
3 - Dentre as ferramentas de comunicação descritas abaixo, quais as mais utilizadas na organização? () INTRANET () E-MAIL () REDES SOCIAIS () MURAL () VIDEOCONFERÊNCIAS () REUNIÕES () MANUAL DOS COLABORADORES Outro:
4 - Você tem acesso e visibilidade à liderança? () NUNCA () RARAMENTE () REGULARMENTE () SEMPRE
5 - Você tem um feedback da gerência em relação a problemas ou demais assuntos questionados? () NUNCA () REGULARMENTE () SEMPRE
6 - Na sua opinião, quais das ferramentas abaixo é mais eficiente para a comunicação interna na empresa? () INTRANET () E-MAIL () REDES SOCIAIS () MURAL () VIDEOCONFERÊNCIAS () REUNIÕES () MANUAL DOS COLABORADORES

Outro:
7- Em relação à obtenção de resultados, você classifica a comunicação internaciomo: () INDIFERENTE () IMPORTANTE () EXTREMAMENTE IMPORTANTE
8 - Em termos de eficiência, como você avalia a comunicação interna da empresa? () PÉSSIMA () RUIM () INDIFERENTE () ADEQUADA () EXCELENTE

APÊNDICE 02

QUESTIONÁRIO REALIZADO COM 5 FUNCIONÁRIOS DA EMPRESA

Questionário sobre o Índice de Satisfação dos funcionários Responda de 1 a 10. O quanto você está satisfeito com seu atual trabalho? 1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8() 9() 10()

Responda de 1 a 10. O quanto você está satisfeito com a atual liderança?

1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8() 9() 10()

Responda de 1 a 10. O quão próximo é o seu trabalho do ideal? 1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8() 9() 10()

APÊNDICE 03

QUESTIONÁRIO REALIZADO COM UM FUNCIONÁRIO DA GERÊNCIA

Questionário Comunicação Interna - Gerência

1 - Dentre as	ferramentas de	comunicação	descritas	abaixo,	quais	as	mais
utilizadas na	organização?						

- () INTRANET
- () E-MAIL
- () REDES SOCIAIS
- () MURAL

() VIDEOCONFERÊNCIAS () REUNIÕES () MANUAL DOS COLABORADORES Outro:
2 - Classifique de 1 a 10, o grau de importância de uma Comunicação interna eficiente para o seguinte fator: COMPROMETIMENTO DOS COLABORADORES EM CUMPRIR METAS
1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8() 9() 10() 3 - Classifique de 1 a 10, o grau de importância de uma Comunicação interna eficiente para o seguinte fator: MELHORA DO CLIMA ORGANIZACIONAL 1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8() 9() 10()
4 - Classifique de 1 a 10, o grau de importância de uma Comunicação interna eficiente para o seguinte fator: FUNCIONÁRIOS MELHOR INFORMADOS EM RELAÇÃO ÀS INFORMAÇÕES SOBRE PRODUTOS E SERVIÇOS 1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8() 9() 10()
5 - Classifique de 1 a 10, o grau de importância de uma Comunicação interna eficiente para o seguinte fator: IDENTIFICAÇÃO DE FALHAS OU PROBLEMAS OPERACIONAIS 1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8() 9() 10()
6 - Como você avalia a Comunicação Interna da organização? () PÉSSIMA () RUIM () INDIFERENTE () BOA () EXCELENTE
7- Em sua percepção, dentre as ferramentas de comunicação interna abaixo, quais as mais eficientes? () INTRANET () E-MAIL () REDES SOCIAIS () MURAL () VIDEOCONFERÊNCIAS () REUNIÕES () MANUAL DOS COLABORADORES Outro: