

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO**

NAIARA DA SILVEIRA MENEGON BRATTI

**ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO INTERNA DE UMA EMPRESA
LOCALIZADA NA CIDADE DE CRICIÚMA - SC**

**CRICIÚMA
2013**

NAIARA DA SILVEIRA MENEGON BRATTI

**ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO INTERNA DE UMA EMPRESA
LOCALIZADA NA CIDADE DE CRICIÚMA - SC**

Projeto de pesquisa do Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Secretariado Executivo para cumprimento parcial da disciplina de Estágio Supervisionado II da Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Orientadora: Prof. Christine Vieira

**CRICIÚMA
2013**

NAIARA DA SILVEIRA MENEGON BRATTI

**ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO INTERNA DE UMA EMPRESA
LOCALIZADA NA CIDADE DE CRICIÚMA - SC**

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Christine Vieira – (UNESC) – Orientadora

Prof^a. Rosane Deoclésia Alessio Dal Toé -(UNESC)

Prof^a. Suzana Machado Simon-(UNESC)

Dedico este trabalho ao meu marido, minha família e aos amigos que estiveram juntos nesta caminhada, por ter proporcionado mais um importante passo em minha vida.

AGRADECIMENTO

Agradeço em primeiro lugar a Deus, por ter me dado força e determinação para chegar até aqui.

A meus pais, Enio e Icléia e a minha irmã Naiane, e principalmente a meu marido Douglas que com todo seu apoio, carinho me incentivou durante esses quatro anos.

A minha sogra Cleusa que com sábias palavras e apoio me ajudou na conclusão desse trabalho.

A minha Avó Corina (em memória) que nos momentos mais difíceis esteve ao meu lado me dando força e entusiasmo para assim concretizar meus objetivos.

A minha orientadora Christine, que com sua paciência, conhecimento e dedicação me apoiou na construção deste trabalho. Agradeço a ela por toda atenção e incentivo!

E a todos os professores que transmitiram todo o seu conhecimento durante todos esses anos.

“Errar é um direito de quem quer aprender. Ter humildade de recomeçar, sempre que preciso, faz parte do ser íntegro e corajoso; ousar é também reconhecer os próprios limites e aceitá-los.

Ninguém é obrigado a ser brilhante.

Importante é perseguir o desejo de ser feliz e tornar-se um profissional responsável, respeitando, antes e acima de tudo, a você mesmo e aos princípios .”

Lucila Camargo

BRATTI, Naiara da Silveira Menegon. **ANALISE DA COMUNICAÇÃO INTERNA EMPRESARIAL**. 2013. 00p. Trabalho de Conclusão do Curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC.

RESUMO

Para se criar um bom ambiente de trabalho, onde todos os colaboradores tenham a clareza de suas responsabilidades, e a autonomia de fazer de forma correta suas atividades, há de se primar por uma comunicação interna capaz de gerar um trabalho com objetivos claros o que influenciará automaticamente nos resultados finais da empresa.

Este trabalho pretende mostrar uma análise da comunicação interna uma empresa localizada na cidade de Criciúma-SC. Para se chegar neste estudo foi feito uma pesquisa bibliográfica e descritiva que apresenta o assunto abordado de forma a oferecer suporte para a aplicação de questionário com os colaboradores a fim de saber o grau de satisfação ou não a respeito da comunicação interna aplicada no ambiente de trabalho da referida empresa.

Após a coleta de dados o trabalho apresenta gráficos e tabelas assim como a análise pormenorizada dos itens coletados. Tendo como foco apresentar as várias ideias e conceitos de autores relacionados ao tema em questão.

O resultado da pesquisa apresentou os diversos níveis de satisfação assim como as deficiências, relacionadas à comunicação interna da empresa SETUP Soluções Elétrica.

A pesquisa apresenta pontos positivos como o pronto atendimento no esclarecimento das dúvidas sobre tarefas a serem desenvolvidas entre outras, mas pontos negativos os quais foram oferecidos sugestões de melhoria na comunicação interna, ressaltando que como um todo a empresa apresenta uma boa comunicação interna com seus colaboradores que se sentem bem nas tarefas desempenhadas.

Palavras chave: comunicação interna, satisfação, colaboradores, pesquisa, melhorias.

BRATTI, Naiara da Silveira Menegon. **ANALYSIS OF INTERNAL COMMUNICATION ENTERPRISE.** In 2013. 00P. Work Completion Curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC.

ABSTRACT

To create a good working environment where all employees have the clarity of their responsibilities, and autonomy to make their activities properly, one has to excel in internal communication capable of generating a job with clear objectives which will influence automatically the final results of the company.

This paper aims to show an analysis of internal communication company located in Criciúma-SC. To achieve this study was done some research and descriptive literature that presents the subject matter in order to provide support for the application of a questionnaire with employees in order to know how satisfied or not with respect to the applied internal communication in the workplace of that company. After the data collection work presents graphs and charts as well as detailed analysis of the collected items. Focusing on presenting various ideas and concepts of authors related to the topic in question.

The research result showed the different levels of satisfaction as well as deficiencies related to internal communication of the company SETUP Electrical Solutions.

The research presents positives as prompt service in clarifying the doubts about tasks to be developed among others, but negatives which were offered suggestions for improvement in internal communication, noting that as a whole, the company has a good internal communication with their employees who feel good in the tasks performed .

Keywords : internal communication , satisfaction , employees , research improvements

BRATTI, Naiara da Silveira Menegon. **ANÁLISIS DE LA EMPRESA COMUNICACIÓN INTERNA.** En 2013. 00P. Finalización de tareas Curso de Secretariado Ejecutivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC.

RESUMEN

Para crear un buen ambiente de trabajo donde todos los empleados tienen la claridad de sus responsabilidades y autonomía para realizar sus actividades correctamente, hay que destacar en la comunicación interna capaz de generar un trabajo con objetivos claros que influirá de forma automática los resultados finales de la empresa.

En este trabajo se pretende mostrar un análisis de la empresa de comunicación interna ubicada en Criciúma-SC. Para lograr este estudio se llevó a cabo una investigación y la literatura descriptiva que presenta la materia con el fin de prestar apoyo a la aplicación de un cuestionario con los empleados con el fin de saber cómo satisfechos o no con respecto a la comunicación interna aplicada en el lugar de trabajo de esa compañía .

Después de que el trabajo de recopilación de datos presenta gráficos y tablas, así como el análisis detallado de los artículos recolectados. Centrándose en la presentación de diferentes ideas y conceptos de autores relacionados con el tema en cuestión.

El resultado de la investigación mostró los diferentes niveles de satisfacción , así como deficiencias relacionadas con la comunicación interna de la empresa Soluciones de instalación eléctrica .

La investigación presenta aspectos positivos como un servicio rápido para aclarar las dudas acerca de las tareas que se desarrollarán entre otros, pero los negativos que se ofrecieron sugerencias para la mejora de la comunicación interna , y señaló que en su conjunto, la compañía tiene una buena comunicación interna con los empleados que se sienten bien en las tareas realizadas .

Palabras clave : comunicación interna , la satisfacción de los empleados , la mejora de la investigación.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Idade dos Colaboradores	28
Figura 2: Sexo dos colaboradores.....	29
Figura 3: Tempo de empresa dos colaboradores.....	30
Figura 4: Escolaridade dos colaboradores	31
Figura 5: Informação sobre o Acordo de Trabalho	32
Figura 6: Informações para a execução de atividades	33
Figura 7: Disponibilidade para diálogo, independente do cargo ocupado	34
Figura 8: A frequência que a comunicação é estimulada.....	35
Figura 9: Disponibilidade dos veículos de comunicação	36
Figura 10: Condições adequadas ao acesso de informação para o desempenho	37
Figura 11: Utilização das informações divulgadas através dos veículos de comunicação	38
Figura 12: Os instrumentos adequados e eficientes	39
Figura 13: A relação interpessoal transmitida de forma clara e objetiva	40
Figura 14: A comunicação interna gera conforto no desempenho dos trabalhos.....	41

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Idade dos colaboradores	28
Tabela 2: Sexo dos colaboradores	29
Tabela 3: Tempo de empresa dos colaboradores	30
Tabela 4: Escolaridade dos Colaboradores	31
Tabela 5: Informações sobre acordo de trabalho	32
Tabela 6: Informações para à execução de atividades	33
Tabela 7: Disponibilidade para diálogo, independente do cargo ocupado.	34
Tabela 8: A frequência que a comunicação é estimulada	35
Tabela 9: Disponibilidade dos veículos de comunicação	36
Tabela 10: Condições adequadas ao acesso de informações para o desempenho das atividades.	37
Tabela 11: Utilização das informações divulgadas através dos veículos de comunicação.	38
Tabela 12: Os instrumentos adequados e eficientes.....	39
Tabela 13: A relação interpessoal transmitida de forma clara e objetiva	40
Tabela 14: A comunicação interna gera conforto no desempenho dos trabalhos.	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 TEMA	14
1.2 Delimitações do Tema	14
1.3 Problema	14
1.4 Objetivos	15
1.4.1 Objetivo geral	15
1.4.2 Objetivos Específicos	15
1.5 Justificativa	15
2 Revisão Bibliográfica	17
2.1 Conceito de Organizações	17
2.2 Comunicação	18
2.3 Comunicação interna	20
2.4 Processos de Comunicação	20
2.4.1 Comunicação Oral	20
2.4.2 Comunicação por telefone	21
2.4.3 Comunicação Escrita	22
2.4.4 Comunicação não Verbal	22
2.5 Comunicação empresarial	23
3 METODOLOGIA DA PESQUISA	24
3.1 Pesquisa Descritiva	24
3.2 Pesquisa Bibliográfica	24
3.3 Pesquisa Qualitativa	25
3.4 ABORDAGEM DA PESQUISA	26
3.5 POPULAÇÃO E AMOSTRA	26
3.6 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	26
3.7 LOCAL DA PESQUISA	27
4 aPRESENTAÇÃO DOS DADOS	28
4.1 ANÁLISE DOS DADOS	42
5 CONCLUSÃO	45
REFERÊNCIAS	47
ANEXO	Erro! Indicador não definido.

1 INTRODUÇÃO

O sucesso a ser alcançado dentro de uma empresa, passa pela comunicação interna que é base fundamental para todo o trabalho a ser executado por uma equipe de trabalho. É necessária a informação, tendo em vista a informatização e a organização que chega rapidamente a todos os colaboradores, há que se firmar numa comunicação interna bem estruturada que ofereça uma visão completa dos trabalhos aos colaboradores obtendo com isso um comprometimento em suas tarefas diárias, refletindo positivamente no alcance dos resultados.

Este estudo tem a função de auxiliar no conhecimento da comunicação interna desenvolvida em uma empresa, empresa localizada na cidade de Criciúma, apresentando uma breve explanação bibliográfica do assunto, com descrição das referencias de diversos autores com conceitos e informações relevantes sobre a questão.

Posteriormente foi feito todo o procedimento metodológico descrevendo as informações coletadas na aplicação do questionário na empresa, entre os colaboradores, ressaltando a análise dos resultados obtidos na pesquisa feita através de gráficos e tabelas. Durante a elaboração deste trabalho primou-se pela abordagem simples de perguntas e respostas de múltipla escolha, que se encontra no apêndice.

A conclusão do trabalho pretende ser ferramenta de consulta sempre que necessária para ajudar na comunicação interna da empresa, há que se firmar nas sugestões apresentadas para que a eficácia do trabalho se torne ao alcance de todos.

Toda organização deve estabelecer entre seus colaboradores um nível de comprometimento com o trabalho a ser desempenhado, deve eleger como prioritário o diálogo aberto e que as informações sejam claras e precisas na tarefa a ser desempenhadas para isso toda comunicação interna é fator preponderante dentro da empresa.

Todo sucesso e progresso podem ser acompanhados de um regime adotado de companheirismo e satisfação global de um todo, uma pessoa só se sente bem no ambiente de trabalho quando pode colaborar para o engrandecimento do mesmo, sua participação efetiva é a mais alta testemunha de sua satisfação pessoal.

1.1 TEMA

Comunicação interna.

1.2 DELIMITAÇÕES DO TEMA

Uma análise da comunicação interna na empresa Setup Soluções Elétricas.

1.3 PROBLEMA

A comunicação é um processo relevante dentro de uma empresa para que haja um bom entendimento e ter um entrosamento ágil e eficaz entre as pessoas que se relacionam. Alguns métodos podem ser adotados para melhorar a comunicação interna.

Uma empresa que não prima pela boa comunicação interna, pode apresentar problemas diversos desde desentendimento entre seus colaboradores, como mau uso dos instrumentos de trabalho, podendo apresentar falhas no funcionamento do produto e ou serviço oferecido ao consumidor. Quando a empresa não tem um plano de comunicação interna que ofereça condições de esclarecimento e instruções normativas aos colaboradores, não se pode esperar que o ambiente de trabalho seja sadio e capaz de realizar um trabalho bem feito.

Após verificar a importância da comunicação interna no ambiente de trabalho, optou-se por realizar este trabalho na empresa SETUP - Soluções Elétricas para sentir in loco como esta empresa lida e oferece esse processo de comunicação aos seus colaboradores e se os mesmos estão satisfeitos com a política oferecida e desenvolvidas pela empresa, nesta área

Diante disso:

Os métodos utilizados pela empresa para a comunicação interna de seus colaboradores nos diversos setores tem sido um instrumento de importância para o bom desempenho dos mesmos nas atividades realizadas?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo geral

Analisar a eficiência da comunicação interna dos colaboradores da empresa Setup Soluções Elétricas.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Apresentar métodos de comunicação interna;
- Diagnosticar o nível de percepção dos métodos de comunicação interna utilizados pelos funcionários na empresa estudada;
- Identificar procedimentos de comunicação praticados atualmente na empresa;
- Propor melhorias para as possíveis deficiências apresentadas na pesquisa sobre as práticas de comunicação interna.

1.5 JUSTIFICATIVA

A comunicação é um elemento primordial em qualquer ambiente de trabalho, ela deve ser ágil, democrática e principalmente eficiente, havendo por parte de seus colaboradores um bom relacionamento para que sejam atingidos os objetivos necessários à efetivação dos trabalhos realizados.

Ao estudar os efeitos que a boa comunicação interna pode proporcionar verificou-se que o conhecimento pode e deve gerar um domínio preciso e melhor de toda tarefa a ser desempenhada, assim sendo este estudo e a abordagem feita através da aplicação de questionário deve aprofundar e conseqüentemente motivar todo o ambiente de trabalho havendo, contudo uma preocupação constante por parte da empresa em abordar toda a área do conhecimento relativa a estas tarefas

pressupõe-se que este estudo será de significância para um melhor entrosamento de toda a equipe neste setor.

Oferece-se assim uma ferramenta a mais para a boa comunicação interna tão primordial em todo ambiente de trabalho, o que gerará uma qualidade de vida melhor.

Por fim, a comunicação interna pode criar não apenas no momento presente, mas futuramente um fato gerador do clima de confiança, motivação e um bom relacionamento e comunicação por parte dos colaboradores dentro da empresa.

Apesar de não ser um fim em si mesmo, mas uma forma de conseguir os objetivos de cooperação tão necessários para o bom andamento da empresa, um plano de comunicação interna bem feito é fato imprescindível para o alcance de sucesso de todo empreendimento.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Neste capítulo serão exibidas as definições para a fundamentação deste trabalho. Serão apresentados vários conceitos de autores para realização da pesquisa.

2.1 CONCEITO DE ORGANIZAÇÕES

A base da organização deve ser o planejamento, uma vez que tudo deve ser organizado para que o trabalho possa fluir de forma clara, precisa e eficaz, além de contribuir para que todos os envolvidos sintam-se plenamente seguros do que estão fazendo, terão com certeza mais facilidade para atingir seus objetivos e alcançar as metas previstas, cada membro envolvido numa organização deve estar ciente que da sua contribuição depende o sucesso do trabalho como um todo, assim como estar aberto as constantes transformações que toda empresa está sujeita a passar para alcançar as inovações do mercado de trabalho, primando sempre pela concorrência leal mais a frente do concorrente

Para Maximiano (2008, p.4), “Uma organização é um sistema de recursos que procura realizar algum tipo de objetivo (ou conjunto de objetivos). Além de objetivos e recursos as organizações têm dois outros componentes importantes: processos de transformação e divisão do trabalho”.

As organizações são compostas por pessoas, para alcançar os objetivos pretendidos. Para Chiavenato (2003, p. 13),

As organizações são construídas de Pessoas. Por outro lado, as organizações constituem para as pessoas um meio pelo qual podem alcançar muitos e variados objetivos pessoais com um mínimo de custo, de tempo, de esforço e de conflito, os quais não poderiam ser alcançados apenas através do esforço individual.

Uma nova dinâmica está ligada ao mundo empresarial, que é a capacidade de toda pessoa realizar trabalho em equipe, uma vez que a finalização do trabalho depende do esforço de todos para atingir uma organização perfeita e um

produto final que satisfaça plenamente o consumidor. Então o esforço coletivo gera com certeza a realização pessoal.

Chiavenato (2002, p.25) afirma que, “Devido a suas limitações individuais os seres humanos são obrigados a cooperarem uns com os outros, formando as organizações para alcançar certos objetivos que a ação individual isolada não conseguiria alcançar”. Segundo o autor para a funcionalidade de uma organização as pessoas devem interagir umas com as outras para alcançar o objetivo final.

As organizações são bastante amplas podendo ser de vários tamanhos e das mais variadas áreas. Para Chiavenato (2002, p. 28),

Existem organizações dos mais diversos ramos de atividades e utilizando diferentes tecnologias para produzir bens ou serviços dos mais variados tipos e que são vendidos e distribuídos de maneiras diferentes para os mais diversos tipos de mercados, a fim de serem utilizados pelos mais diversos consumidores.

A liderança na organização é de fundamental importância, uma vez que todo trabalho coletivo precisa de alguém que tenha uma visão mais ampla de todo o processo organizacional, assim esta pessoa terá condições de oferecer sugestões com a finalidade de estar corrigindo possíveis erros que muitas vezes numa ação coletiva passa despercebida.

Maximiano (2008, p. 72) refere-se que, “As pessoas que administram organizações de qualquer tamanho, são responsáveis pela realizações de objetivos e pelas utilizações dos recursos”.

Outra ação que se espera de quem detém a administração central de toda organização é primar pela utilização dos recursos disponíveis sem oferecer grandes gastos observando sempre a qualidade do serviço e ou produto finalizado. Cabe também ao administrador dar condições de oportunizar todos os envolvidos no processo de oferecer sugestões de fluência do trabalho, possíveis inovações, essa contribuição gera com certeza a satisfação individual e pessoal de estar contribuindo com toda a organização.

2.2 COMUNICAÇÃO

Antes de abordar sobre tema comunicação interna, pode-se falar sobre a base da comunicação.

De acordo com BAHIA (1995, p.23), “Derivado do latim *communicare*, a palavra comunicação quer dizer partilhar, repartir, trocar opiniões, associar, tornar comum”.

Para Faria e Suassuna (1982, p. 3), afirma que “O objetivo principal da comunicação é levar uma mensagem a seus destino certo, produzindo o estímulo capaz de influenciar no comportamento desejando e considerando unicamente o propósito técnico”.

Maximiano (2008, p. 296), afirma que, “O processo de comunicação compreende a transmissão de informação e de significados. Se não há transmissão de informação ou significado, não há comunicação”.

A comunicação é indispensável, pois é um método de interagir entre pessoas, ainda que cada uma tenha sua personalidade própria. Segundo Pasold (2002, p. 21), é “fundamental perceber que a troca de ideias (ou seja a comunicação que se consuma nos processos comunicativos) é a interação entre as pessoas (isto é as relações humanas) são fenômenos naturais, mas não por isso deixam de ser complexos”.

Pimenta (2006, p.19) garante que “Sem a comunicação, todas as relações que se estabelecem entre as pessoas e os diversos grupos humanos seriam impossíveis, sejam relações comerciais, de trabalho ou afetivas”.

O ser humano foi criado para viver em sociedade, assim ele só se completa quando convive com sua espécie. Todo o seu corpo funciona como um organismo perfeito, todos os órgãos operam em conjunto. Sendo, pois um ser perfeitamente adaptado ao meio em que vive, e aos poucos vai tomando consciência de que tudo a seu redor funciona, quando ele preserva, tudo que o rodeia influencia na sua vida, desde sua forma de pensar até a sua convivência com os outros seres de sua espécies. A comunicação, portanto entre eles é de relativa importância para o bom andamento de toda tarefa.

Aproveitar a criatividade, a expressão e a adaptação constituem base para toda atividade, pois cada ser humano traz consigo uma gama de vivência e experiência de si próprio, assim aproveitar toda contribuição da comunicabilidade é possibilidade de crescimento, lançar um olhar sobre a criticidade prática de seus colaboradores são estratégias usadas para que os procedimentos eficazes despertem e cultivem no esforço individual o bem do coletivo.

2.3 COMUNICAÇÃO INTERNA

A falta de comunicação gera insatisfação e desânimo por parte dos funcionários, quando há só a execução de tarefas pré-programada. O serviço torna-se automático, e sem vida, não há um progresso de inovações, pois as pessoas envolvidas diretamente no trabalho além de enxergar melhor as deficiências sempre têm alguma sugestão ou pensamento que pode reverter em benefício para a própria empresa, por isso é tão importante à comunicação interna.

Para Medeiros (2007, p. 67),

É o principal objetivo da comunicação interna é manter essa cadeia de felicidade. Relações interpessoais criam um clima de alto astral no interior da empresa e favorecem a consecução da qualidade total de produtos e serviços. Afirmam Brandão e Carvalho (Duarte, 2003, p. 195)

Toda boa comunicação tem como resultado, um melhor aproveitamento do tempo, do espaço e dos recursos disponíveis, além de fornecer uma troca de experiência valiosa no ambiente de trabalho. Essas relações estão ligadas diretamente a satisfação pessoal no sentido de todos terem a consciência da sua relativa importância na construção da organização do trabalho e conseqüentemente no melhor produto a ser oferecido.

2.4 PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO

2.4.1 Comunicação Oral

O tom de voz na comunicação revela a vontade de chegar a um entendimento, então comunicar-se requer saber usá-lo de forma adequada para que não seja entendida de forma errada. Uma pessoa sempre será mais bem ouvida quando souber fazer a colocação do seu pensamento, isto mostra o tipo de pessoa que ela é, e se quer realmente obter um diálogo proveitoso para ambos os lados.

Segundo Vieira (2007, p. 100), “Sua voz é sua personalidade e revela muito do seu jeito de ser. E o modo de falar é essencial na comunicação”.

Mesmo o mais humilde funcionário sempre terá alguma contribuição, não precisa ser um líder para oferecer dados que contribuam para o aperfeiçoamento do

trabalho. Dar ideias é fundamental num trabalho em equipe, o que depois de amplamente discutida poderá ou não ser aproveitada, mas certamente o apoio ao bom andamento é fundamental, assim conversando é que se entende.

Para Vieira (2007, p. 100) “Ainda que você não pretenda ser um líder corporativo, o fato de ter boa comunicação oral vai ajudá-lo a vender ideias, projetos e produtos, ou até mesmo a obter apoio e aprovação para o que deseja”.

O ambiente onde se sabe ter a opção de estar oferecendo projetos que visem à melhoria será com certeza um lugar onde todos querem ficar, pois dá satisfação pessoal ser um bom colaborador.

2.4.2 Comunicação por telefone

O serviço telefônico de qualidade com pessoas bem qualificadas no atendimento faz toda diferença no andamento do trabalho, a impostação de voz, a delicadeza, presteza e a paciência são requisitos valiosos a serem observados no funcionário que desempenha esta função.

Para Vieira (2007, p. 108),

Saber atender telefone é uma arte! Sua voz e suas palavras tornam-se uma arma poderosa que faz a diferença. Responder, transferir ligações e colocar pessoas na espera de forma profissionais é algo que acrescenta a imagem da empresa.

Oferecer um serviço de qualidade no atendimento via telefone significa mais agilidade na execução de resolução de muitos problemas.

Vieira (2007, p. 107) afirma que “As empresas devem estar atentas a disponibilidade do atendimento telefônico para seus clientes”.

Ao usar este serviço o consumidor e ou cliente espera agilidade e presteza, que suas colocações sejam atendidas e seus problemas resolvidos de forma clara e precisa.

Segunda Vieira (2007, p.108),

As pessoas, quando ligam para as empresas, esperam qualidade de atendimento. Isso é avaliado pelo tempo de espera, pela qualidade da informação prestada, pela capacidade de receber ou dar mensagens. As pessoas querem respostas objetivas, educadas, verdadeiras.

A satisfação do cliente e ou consumidor deve ser sempre a meta principal de toda organização empresarial.

2.4.3 Comunicação Escrita

A expressão escrita é a forma de comunicação mais usada em toda empresa, para que ela seja efetivamente bem entendida, deve ser clara, bem escrita, observando as regras gramaticais, e bem precisa no assunto abordado, não dando margem a interpretações obscuras ou errôneas, tudo que é registrado pode ser cobrado, pois todo texto contém o pensamento a ser posteriormente questionado.

Segundo Vieira (2007, p. 91), “Tudo o que se escreve carrega a imagem de seu autor. A palavra escrita é mais forte do que a falada; não se pode negar o que escreveu”.

Para Pimenta (2006), A eficiência da comunicação escrita passa necessariamente pela precisão, clareza e objetividade da mensagem, o emprego de formas elegantes e educadas, assim a escrita deve evitar palavras de duplo sentido que podem ocasionar erros graves do não entendimento correto. Outro pré-requisito é o emprego correto das normas gramaticais evitando erros ortográficos ou de concordância, certamente se houver uma comunicação escrita eficaz o retorno deverá ser a colaboração e obtenção da resposta esperada.

2.4.4 Comunicação não Verbal

O corpo fala, as atitudes e o comportamento da pessoa diz o que muitas vezes não foi falado, os problemas pessoais devem ser deixados para trás ao entrar no ambiente de trabalho, as frustrações do dia-a-dia não devem interferir no ambiente de trabalho, pois expressões corporais podem atrapalhar o andamento do serviço prestado.

Para Pimenta (2002, p. 155),

As emoções são comunicadas sem palavras, antes de serem formulada na linguagem oral. Ansiedade, decepção, alegria, tranquilidade, agressividade, equilíbrio, e tantas outras emoções são expressadas através de gestos, tom de voz, expressões faciais e dos olhos, postura, toque etc.

Manter o bom humor e a disponibilidade no atendimento de forma educada e agradável pode ser a garantia do emprego, além de se levar em conta que o cliente e ou consumidor e seus colegas de trabalho não tem culpa por seus problemas particulares.

Segundo Pimenta (2006 p. 155), “É importante sempre considerar que não há regra, mas tendência, neste aspecto. Afirmar, categoricamente, que uma pessoa sorrindo ou acenando positivamente com a cabeça indica aprovação pode ser um grande erro”.

Embora toda regra tenha sua exceção, deve-se primar pelo bom ambiente do trabalho, e isso passa pelo controle de emoções tão inerentes ao ser humano.

2.5 COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

A comunicação empresarial visa conseguir clientes voluntários que o marketing atinge suprindo suas necessidades, esta comunicação está centrada em estratégias, metas, objetivos direcionados, visando integrar necessidades do público com produtos e ou serviços oferecidos, para isso conta com todos os funcionários, e lança subterfúgios dos mais modernos que estão no mercado sempre com o intuito de agradar e recrutar novos clientes e manter os já conquistados.

Bahia (1995, p. 15) descreve que “comunicação empresarial é um processo – conjunto de métodos, técnicas, recursos, etc. – pelo qual a empresa se dirige ao público interno (seus funcionários) e ao público externo (seus consumidores)”.

Sendo um processo amplo e abrangente onde envolve métodos e recursos disponíveis para que a empresa tenha uma boa imagem no mercado, e a comunicação interna está ligada diretamente ao sucesso desta empreitada junto ao público alvo. Envolvendo desde o presidente da empresa e altos escalões até o mais humilde dos funcionários.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Este capítulo tem como objetivo abordar os procedimentos metodológicos que ajudaram no desenvolver a pesquisa.

Para Parra Filho e Santos (2002, p. 64):

A metodologia da pesquisa informa os meios empregados na coleta dos dados para a apresentação destes na pesquisa. Ou seja, estabelece o procedimento do pesquisador para o levantamento das informações, que pode ser por meio de questionário, formulário, teste, pesquisa de mercado, entrevista, dados, estatísticas, livros, jornais, revista, entre outros.

Martins (2004, p 85) afirma que metodologia “Trata-se de explicar se trata de pesquisa experimental, bibliográfica, documental, ou se de um trabalho que combinará várias formas de pesquisa”.

3.1 PESQUISA DESCRITIVA

No que se refere aos objetivos, esta pesquisa terá uma característica descritiva que para Collado; Lucio e Sampieri (2006, p.103) “os estudos descritivos pretendem medir ou coletar informações de maneira independente ou conjunta sobre os conceitos ou as variáveis a que se referem”.

Gil (1996, p. 46), afirma que:

As pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como questionário e observação sistemática.

De acordo com esse conceito a pesquisa concretizada foi descritiva, pois procurou explicar os problemas da instituição estudada, usando padrões de técnicas para coleta de dados.

3.2 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Gil (1994, p.71), define a “pesquisa bibliográfica é desenvolvido por meio de material já elaborado, baseados principalmente em livros e artigos científicos”.

Para Martins (2004, p.86),

A pesquisa bibliográfica é o ponto de partida de toda a pesquisa, levantamento de informações feito a partir de material coletado em livros, revistas, artigos, jornais, sites de internet e outras formas escritas, devidamente publicadas.

Segundo Lakatos e Marconi (2002), o objetivo é colocar o pesquisador sintonizado diretamente no que está escrito, dito ou filmado de um assunto específico.

Usando os meios disponíveis foi preciso pesquisar o assunto abordado sob a visão de vários autores, para que se tenha uma visão geral do tema, mediante este conhecimento prévio se terá argumentos para falar sobre o assunto. A comunicação interna dentro de uma empresa é um tema bastante amplo e oferece muitas formas de abordagens, pois que numa empresa de pequeno porte tornam-se mais fáceis estas comunicações, já numa empresa maior os meios usados passam a ser mais sofisticados e amplos. Ressaltando a importância do assunto, a pesquisa bibliográfica é necessária e é um subsídio dos mais importantes para a efetivação deste trabalho de conclusão de curso. Assim foi feita uma pesquisa sobre a comunicação interna, onde apresenta as vantagens e os tipos de comunicação interna empregados numa empresa com a finalidade de auxiliar no andamento de toda tarefa proposta.

3.3 PESQUISA QUALITATIVA

Segundo Goldenberg (2000, p. 50) afirma que “[...] os métodos qualitativos enfatizam as particularidades de um fenômeno em termos de seu significado para o grupo pesquisado”.

Visando colher informações sobre a qualidade das informações e sua eficácia na execução do trabalho proposto, há que se medir a qualidade destas informações repassadas e se elas atingem aos colaboradores de forma a ajudá-los em suas atividades, se a qualidade do ambiente de trabalho tem sido um instrumento a mais para a efetivação de suas funções.

3.4 ABORDAGEM DA PESQUISA

A pesquisa teve a finalidade de analisar e identificar os princípios de uma boa comunicação interna na empresa.

Os trabalhadores receberam um questionário para responder de acordo com seu grau de satisfação de comunicação no ambiente de trabalho.

O questionário teve perguntas de múltipla escolha onde não foi necessário que o trabalhador pusesse seu nome, assim privando-os para que as perguntas fossem sinceramente respondidas e alcançar o objetivo desejado.

Houve ainda uma abordagem qualitativa e quantitativa.

Qualitativa por que se observou se as informações repassadas são esclarecedoras, e se contribuem para a execução de suas tarefas diárias, e quantitativa se as informações que chegam a cada colaborador são suficientes para que o mesmo consiga fazer o seu trabalho sem ter que buscar outros meios para realizar o trabalho proposto.

Lakatos e Marconi (1995) denominam a pesquisa quantitativa quando há aumento ou diminuição de quantidade. Já a pesquisa qualitativa é a passagem de uma qualidade ou de um estado para outro.

3.5 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Conforme Lakatos e Marconi (1995 p.163) “A amostra é uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo”.

A população e a amostra da pesquisa foram todos os trabalhadores internos, da empresa Matriz Setup Soluções Elétricas, num total de 14 trabalhadores. A pesquisa envolveu 100% de todos os trabalhadores da empresa, para uma melhor análise dos dados.

3.6 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O instrumento de coleta de dados empregado foi um questionário apresentado no anexo desse trabalho respondido por todos os trabalhadores. O

questionário conteve perguntas referentes à comunicação interna na empresa. Foi aplicado o mesmo questionário para todos os trabalhadores.

De acordo com Ramos, Ramos e Busnello (2003 p.31) a coleta de dados “É a pesquisa de campo propriamente dita e para se obter sucesso dois aspectos são fundamentais, paciência e persistência”.

3.7 LOCAL DA PESQUISA

A pesquisa teve como local a Empresa SETUP – Soluções Elétricas, cuja Matriz está situada no Município de Criciúma, a Rua Rua Cônego Anibal Maria di França, 855, bairro Pinheirinho. Possui atualmente outras duas lojas nos municípios de Araranguá e Tubarão.

Fundada em dezembro de 2006, esta empresa é fruto de um sonho de dois jovens recém-formados em eletricidade que iniciaram suas atividades profissionais com a instalação de portões eletrônicos, sendo prestadores de serviços. Aos poucos e com bastante trabalho e dedicação, conseguiram economizar e comprar ferramentas necessárias ao desempenho de seus trabalhos. Passada as primeiras dificuldades, resolveram fazer alguns cartões de visitas com a intenção de expandir o mercado de atuação, com o aumento substancial de clientes foi possível ampliar as compras de ferramentas necessárias à instalação de portões e sistemas de alarmes.

No início do ano de 2007 observando a oportunidade que o mercado oferecia resolveram então abrir a SETUP – Soluções Elétricas.

Buscando sempre a satisfação de seus clientes cresceu ao longo dos seus seis anos sempre priorizando a prestação de serviços com qualidade, dedicação, respeito e honestidade, utilizando sempre tecnologia de ponta.

Nos dias atuais, a SETUP – Soluções Elétricas, presta serviços em todo o estado de Santa Catarina para o setor da área privada e pública, dispondo atualmente de aproximadamente 14 colaboradores que fazem dela uma empresa com qualidade reconhecida, que se preocupa em oferecer a seus clientes bons serviços, dando-lhes tranquilidade e segurança.

Sempre rigorosamente em dia com seus compromissos, prima pela qualidade e atualização constante com o mercado de trabalho acompanhando as novas tecnologias, pois a satisfação do cliente vem sempre em primeiro lugar.

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Neste capítulo apresenta-se o resultado da pesquisa aplicado através de questionário, no qual os colaboradores da empresa Setup Soluções Elétricas responderam. O questionário foi aplicado aos colaboradores da empresa, em um total de 14 colaboradores.

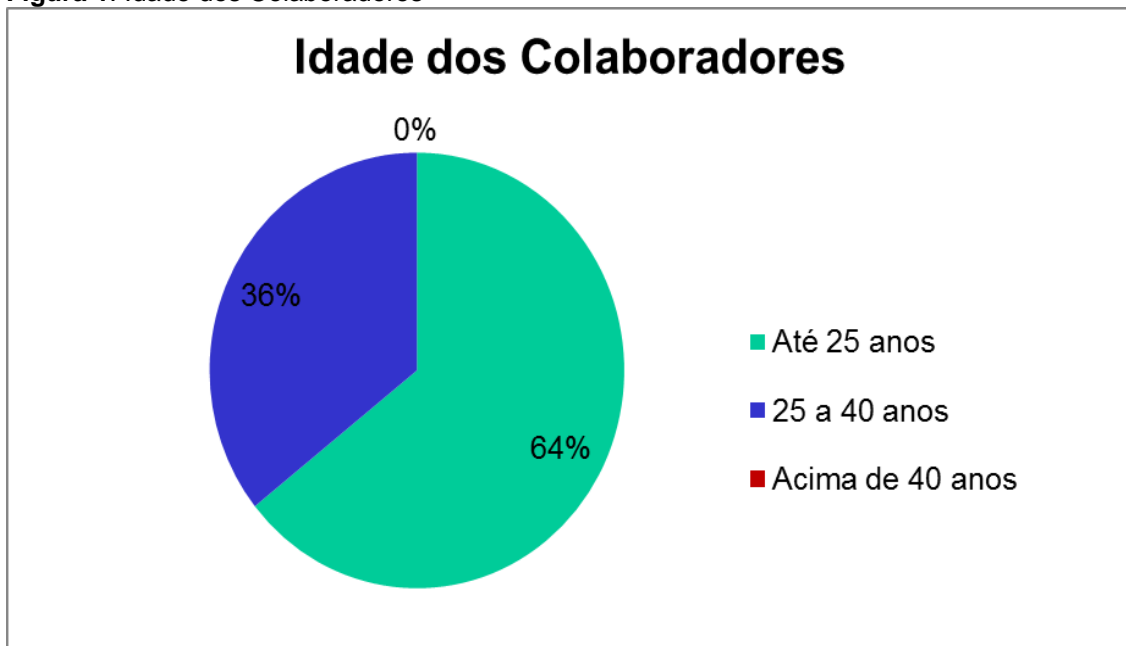
Questionário 1 – Aplicado aos colaboradores da empresa

Tabela 1: Idade dos colaboradores

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Até 25 anos	9	64,3%
25 a 40 anos	5	35,7%
Acima de 40 anos	0	0%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 1: Idade dos Colaboradores



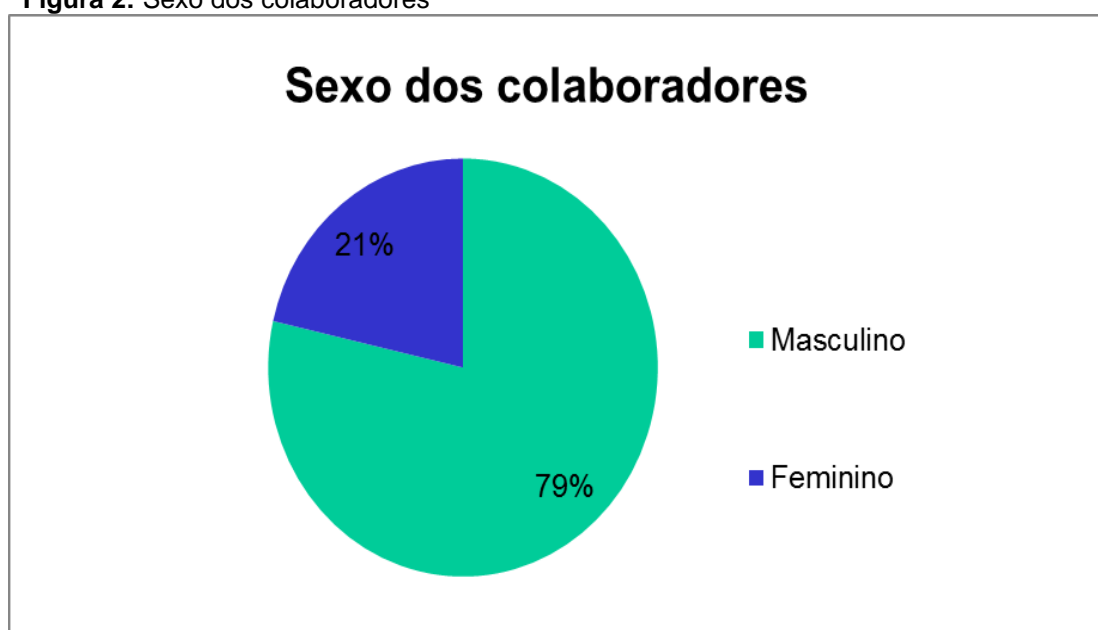
Fonte: Dados do autor

Com base nos dados do figura 1 pode-se apontar a idade dos colaboradores, sendo que 64,3% tem idade de até 25 anos e 35,7% tem idade entre 25 a 40 anos.

Tabela 2: Sexo dos colaboradores

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Masculino	11	78,6%
Feminino	3	21,4%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 2: Sexo dos colaboradores

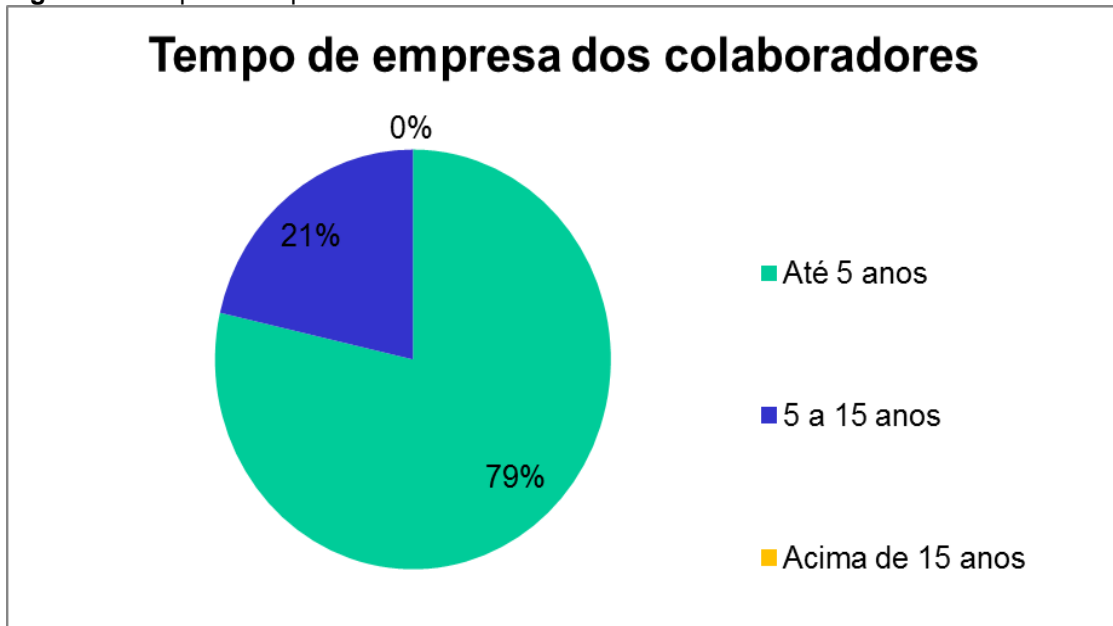
Fonte: Dados do autor

A partir dos dados do figura 2 identificou-se que de 14 colaboradores, a empresa possui 78,6% do sexo masculino e 21,4% do sexo feminino.

Tabela 3: Tempo de empresa dos colaboradores

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Até 5 anos	11	78,6%
5 a 15 anos	3	21,4%
Acima de 15 anos	0	0%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 3: Tempo de empresa dos colaboradores

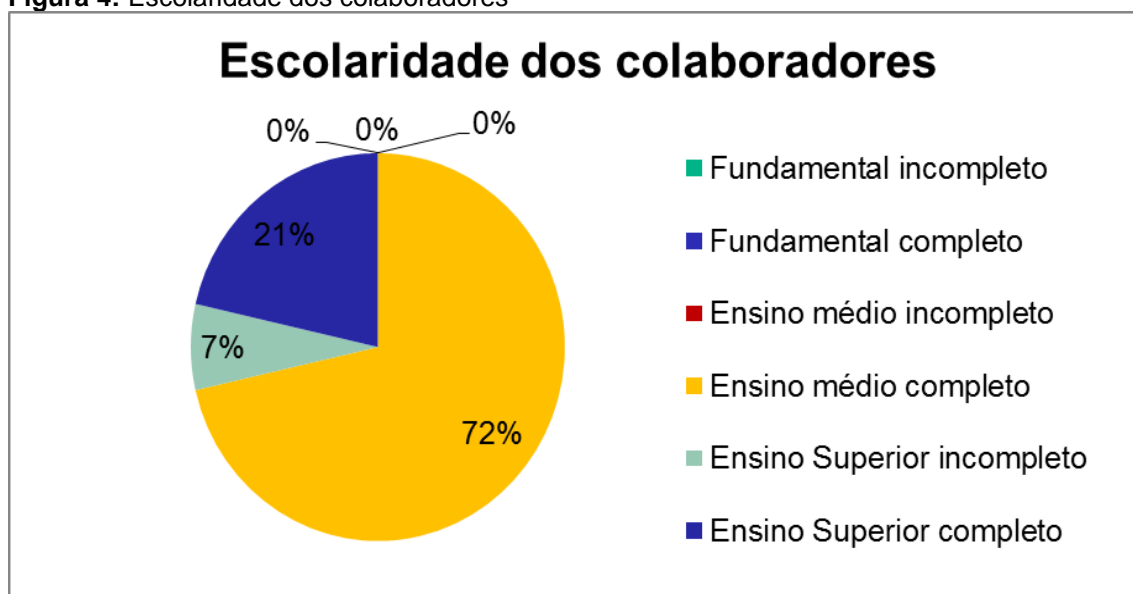
Fonte: Dados do autor

A figura 3 demonstra que 78,6% dos funcionários possuem até 5 anos de empresa e 21,4% possuem de 5 a 15 anos de empresa.

Tabela 4: Escolaridade dos Colaboradores

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Fundamental incompleto	0	0%
Fundamental completo	0	0%
Ensino médio incompleto	0	0%
Ensino médio completo	10	71,4%
Ensino Superior incompleto	1	7,2%
Ensino Superior completo	3	21,4%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 4: Escolaridade dos colaboradores

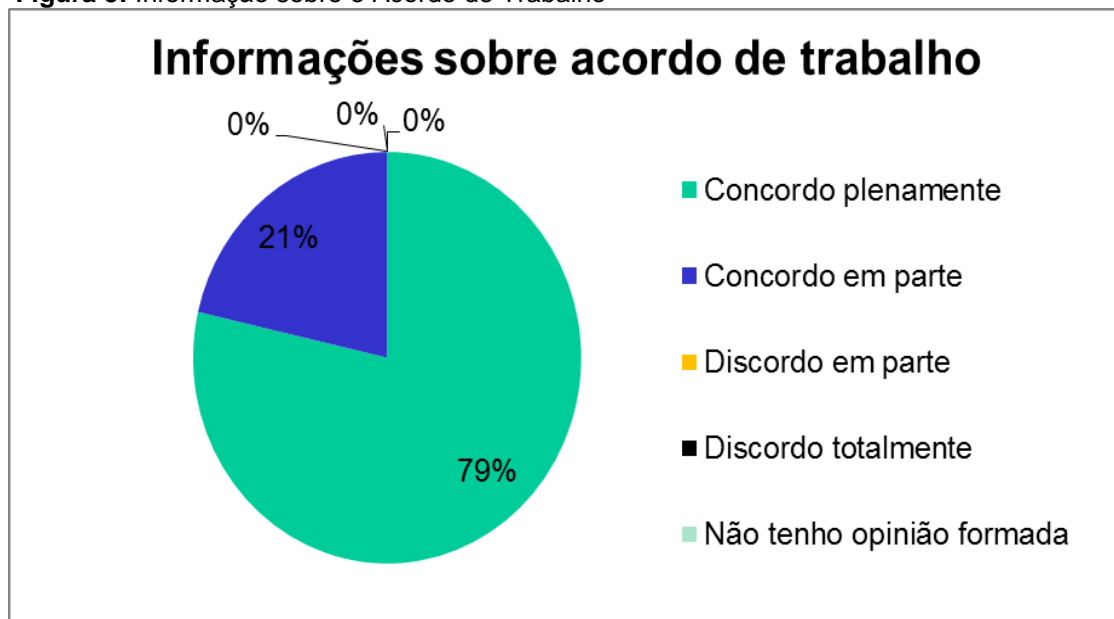
Fonte: Dados do autor

De acordo com o grau de escolaridade, apresentado na figura 4 verificou-se que 71,4% ensino médio completo, 7,2% ensino superior incompleto e 21,4% já concluíram o ensino superior.

Tabela 5: Informações sobre acordo de trabalho

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Concordo plenamente	11	78,6%
Concordo em parte	3	21,4%
Discordo em parte	0	0%
Discordo totalmente	0	0%
Não tenho opinião formada	0	0%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 5: Informação sobre o Acordo de Trabalho

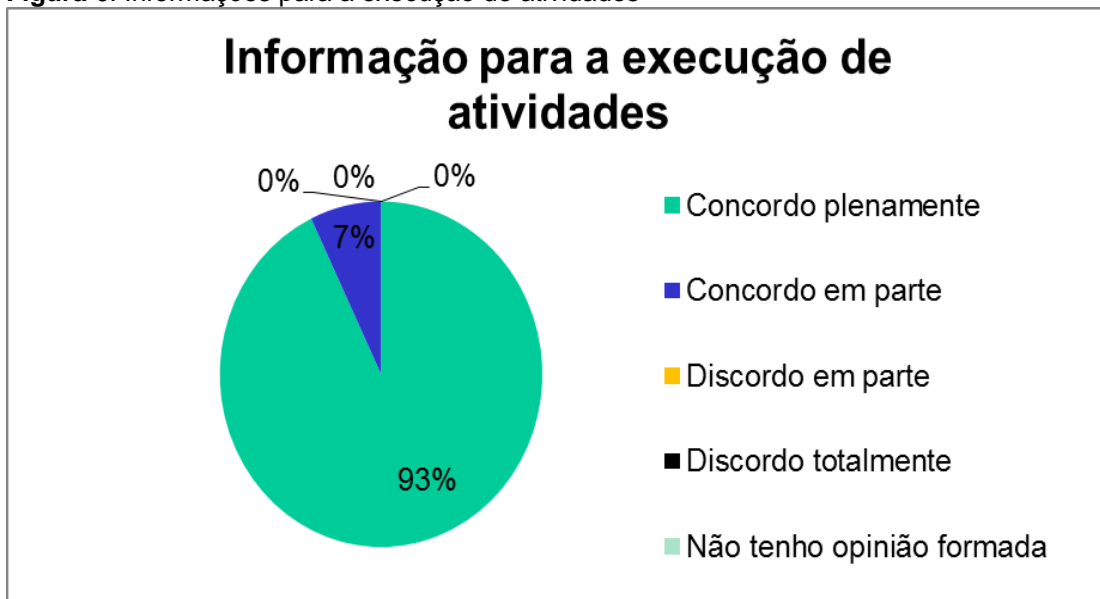
Fonte: Dados do autor

A figura 5, registra que 78,6% dos colaboradores concordam plenamente e 21,4% concordam em parte em ter conhecimento das informações de acordo ao trabalho.

Tabela 6: Informações para à execução de atividades

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Concordo plenamente	13	92,9%
Concordo em parte	1	7,1%
Discordo em parte	0	0%
Discordo totalmente	0	0%
Não tenho opinião formada	0	0%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 6: Informações para a execução de atividades

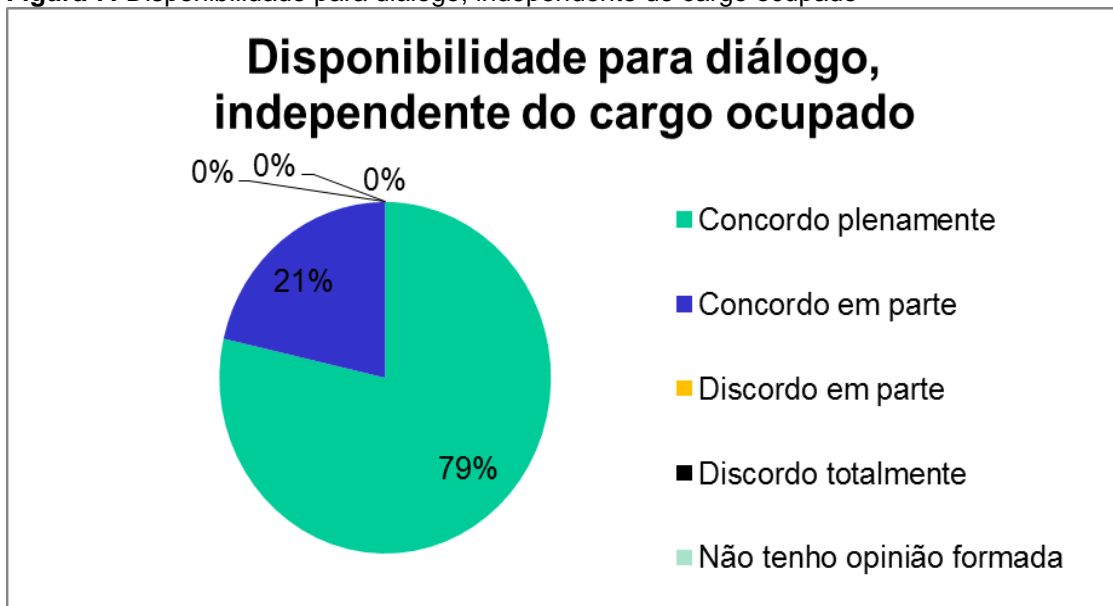
Fonte: Dados do autor

Na figura 6 apresenta-se que, 92,9% dos colaboradores concordam plenamente e 7,1% concordam em parte sobre as informações precisas para a execução das atividades diárias,

Tabela 7: Disponibilidade para diálogo, independente do cargo ocupado.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Concordo plenamente	11	78,6%
Concordo em parte	3	21,4%
Discordo em parte	0	0%
Discordo totalmente	0	0%
Não tenho opinião formada	0	0%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 7: Disponibilidade para diálogo, independente do cargo ocupado

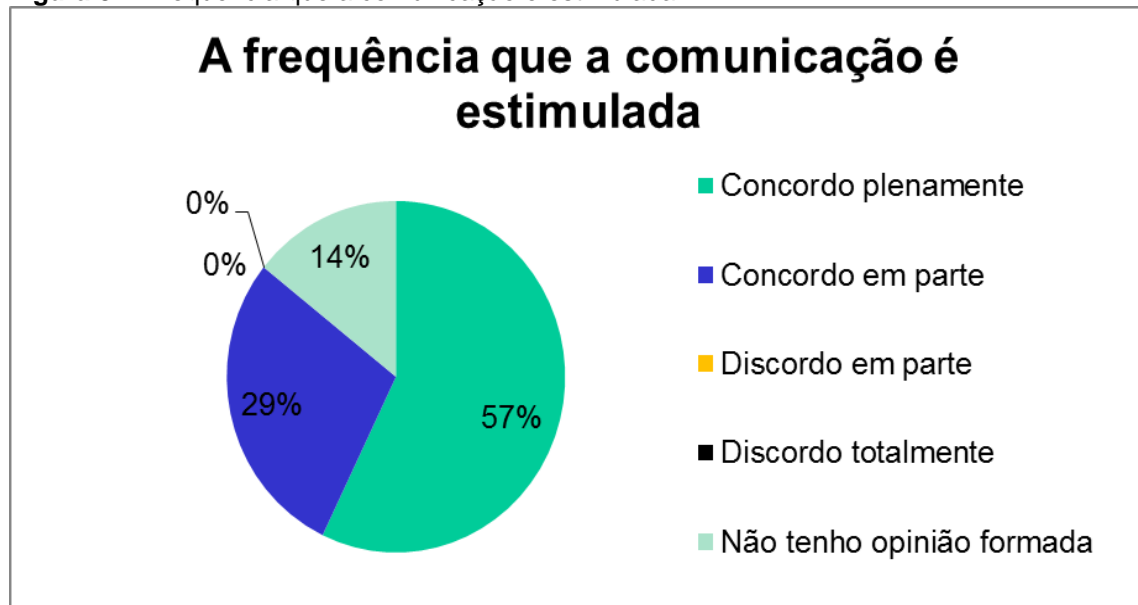
Fonte: Dados do autor

Em relação à disponibilidade para diálogo entre todos os colaboradores, a figura 7 apresenta que 78,6% concordam plenamente e 21,4 concordam em parte.

Tabela 8: A frequência que a comunicação é estimulada

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Concordo plenamente	8	57,1%
Concordo em parte	4	28,6%
Discordo em parte	0	0%
Discordo totalmente	0	0%
Não tenho opinião formada	2	14,3%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 8: A frequência que a comunicação é estimulada

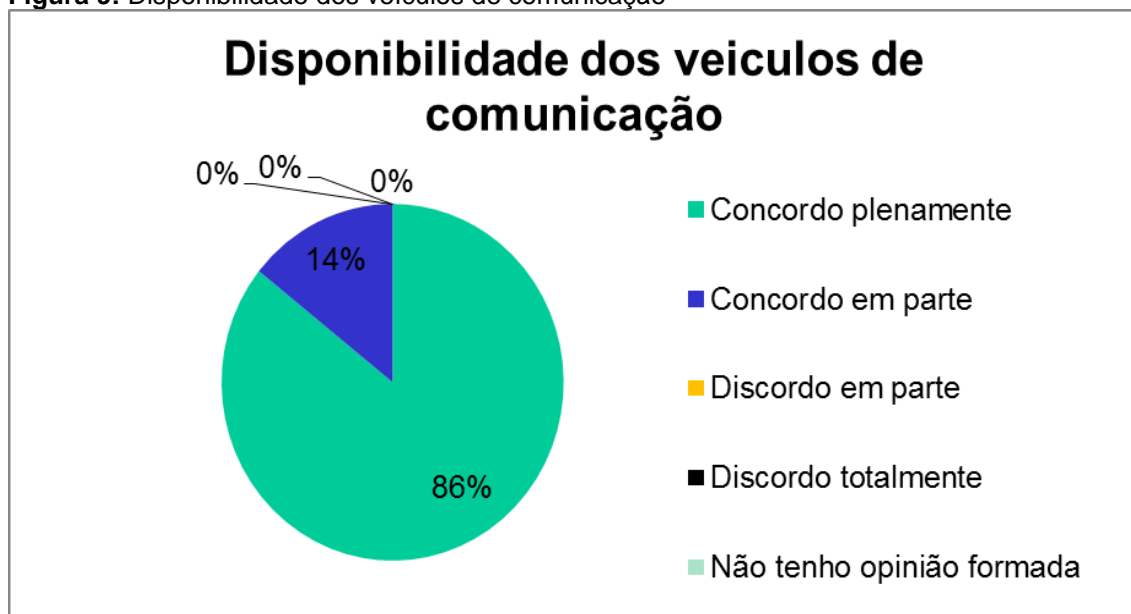
Fonte: Dados do autor

A figura 8 apresenta que 57,1% dos colaboradores responderam que concordam plenamente sobre a frequência que a comunicação é estimulada. 28,6% concordam em parte e 14,3% não tem opinião formada.

Tabela 9: Disponibilidade dos veículos de comunicação

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Concordo plenamente	12	85,7%
Concordo em parte	2	14,3%
Discordo em parte	0	0%
Discordo totalmente	0	0%
Não tenho opinião formada	0	0%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 9: Disponibilidade dos veículos de comunicação

Fonte: Dados do autor

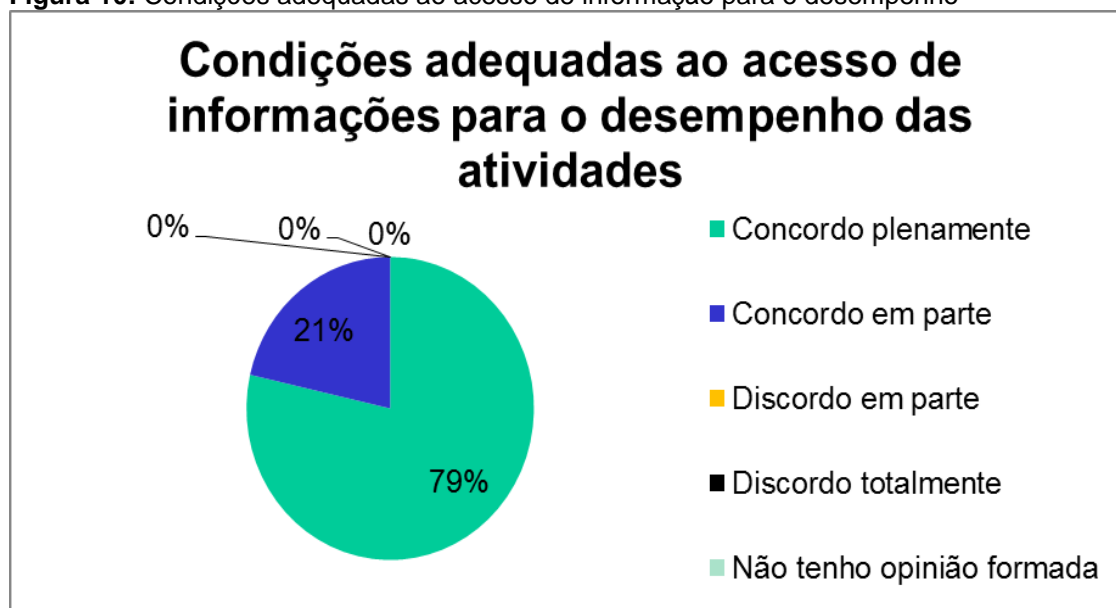
A figura 9 apresenta 85,7% dos colaboradores responderam que concordam plenamente sobre a disponibilidade dos veículos de comunicação. 14,3% concordam em parte.

Tabela 10: Condições adequadas ao acesso de informações para o desempenho das atividades.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Concordo plenamente	11	78,6%
Concordo em parte	3	21,4%
Discordo em parte	0	0%
Discordo totalmente	0	0%
Não tenho opinião formada	0	0%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 10: Condições adequadas ao acesso de informação para o desempenho



Fonte: Dados do autor

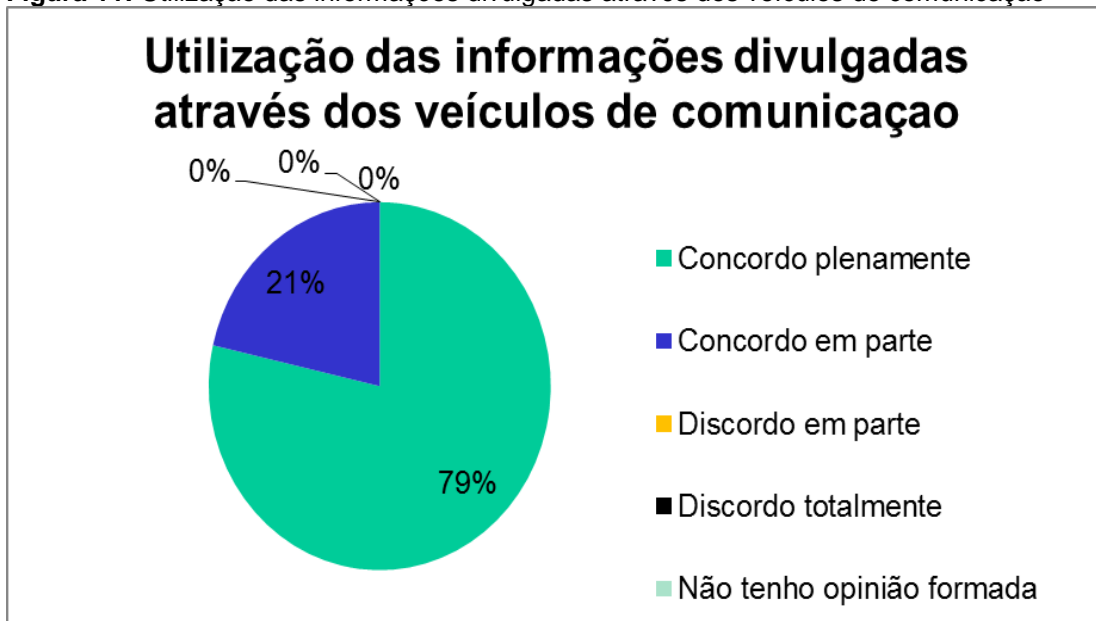
Na figura 10, mostra que 78,6% que concordam plenamente e 21,4% concordam em parte de acordo com condições adequadas ao acesso de informações para o desempenho das atividades.

Tabela 11: Utilização das informações divulgadas através dos veículos de comunicação.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Concordo plenamente	11	78,6%
Concordo em parte	3	21,4%
Discordo em parte	0	0%
Discordo totalmente	0	0%
Não tenho opinião formada	0	0%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 11: Utilização das informações divulgadas através dos veículos de comunicação



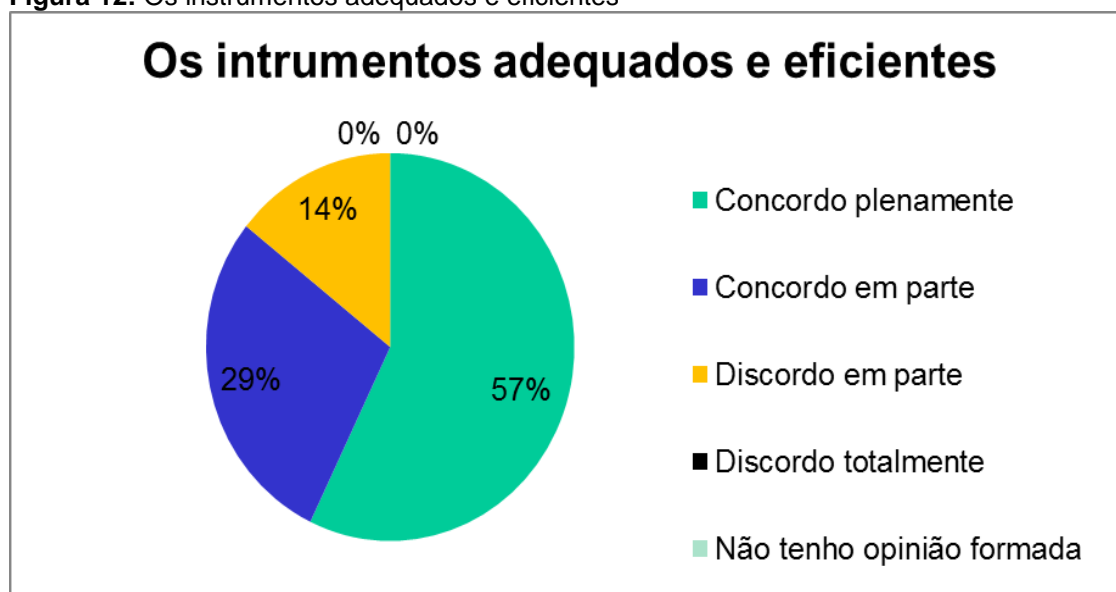
Fonte: Dados do autor

Em relação a utilização das informações divulgadas através dos veículos de comunicação, a figura 11 apresenta, 78,6% concordam plenamente e 21,4% concordam em parte.

Tabela 12: Os instrumentos adequados e eficientes.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Concordo plenamente	8	57,1%
Concordo em parte	4	28,6%
Discordo em parte	2	14,3%
Discordo totalmente	0	0%
Não tenho opinião formada	0	0%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 12: Os instrumentos adequados e eficientes

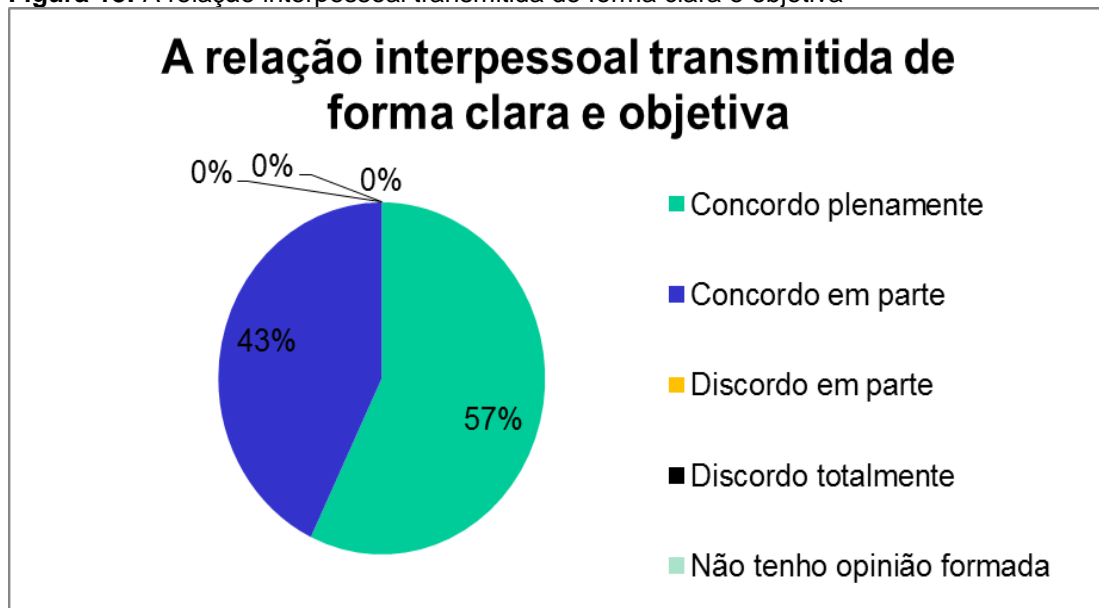
Fonte: Dados do autor

Na figura 12, apresenta 57,1% concordam plenamente, 28,6% concordam em parte e 14,3% discordam em parte em relação aos instrumentos adequados e eficientes entre os colaboradores.

Tabela 13: A relação interpessoal transmitida de forma clara e objetiva

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Concordo plenamente	8	57,1%
Concordo em parte	6	42,9%
Discordo em parte	0	0%
Discordo totalmente	0	0%
Não tenho opinião formada	0	0%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 13: A relação interpessoal transmitida de forma clara e objetiva

Fonte: Dados do autor

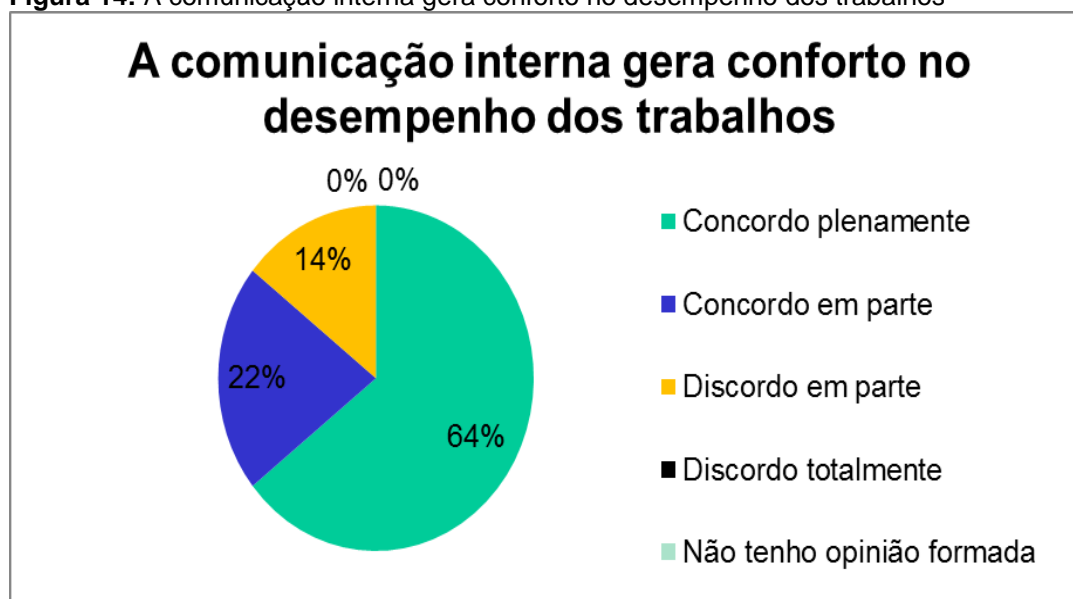
De acordo a relação interpessoal de forma e objetiva, a figura 13 apresenta 57,1% concordam plenamente e 42,9% concordam em parte.

Tabela 14: A comunicação interna gera conforto no desempenho dos trabalhos.

Alternativas	Valor Absoluto	Valor relativo (%)
Concordo plenamente	9	64,3%
Concordo em parte	3	21,4%
Discordo em parte	2	14,3%
Discordo totalmente	0	0%
Não tenho opinião formada	0	0%
Total	14	100%

Fonte: Dados do autor

Figura 14: A comunicação interna gera conforto no desempenho dos trabalhos



Fonte: Dados do autor

A figura 14, apresenta 64,3% que concordam plenamente, 21,4% concordam em parte e 14,3% discordam em parte que a comunicação interna gera conforto no desempenho dos trabalhos.

4.1 ANÁLISE DOS DADOS

Para que efetivamente se consiga uma boa comunicação interna é necessário ter uma linguagem simples e de fácil compreensão, usar termos adequados para que se consiga um bom entendimento e a mensagem seja decodificada e assimilada corretamente.

Ao analisarmos os dados coletados da Empresa Setup Soluções elétricos, observou-se que há pontos pesquisados sobre a comunicação interna que foi assimilada de forma positiva e outros precisam de ajustes, mas que de forma geral esta empresa age de maneira bastante satisfatória para com seus colaboradores.

O perfil dos 14 colaboradores pesquisados está na faixa etária até 25 anos são de 64,3% e o restante entre 25 e 40 anos o que equivale a 37,7%. De acordo com o sexo, 78,6% são masculinos e 21,4% feminino, e dos 14 colaboradores 78,6 % possuem 5 anos de trabalho prestados e 21,4% já estão na empresa entre 5 e 15 anos.

No nível escolaridade verificou-se que 71,4% possuem o Ensino Médio completo 7,2% Ensino superior incompleto e 21,4 % Ensino superior completo, o que facilita em muito a comunicação interna, pois todos tem fácil compreensão das normas e regras estabelecidas, assim o diálogo flui leve e de fácil acesso a todos visto que de forma geral não encontram dificuldade em compreender uns aos outros pois o nível de escolaridade é bem alto nesta empresa em comparação com outras.

Quanto ao ambiente de trabalho, perguntado sobre o conhecimento dos acordos de trabalhos 78,6% responderam que possui o conhecimento necessário e 21,4 % conhecem em parte as informações dos referidos acordos.

Em referência a informação necessária para a execução das atividades a grande maioria possui estas informações que são 92,9% e apenas 7,1% conhecem em parte tais informações, o que se conclui que estão bem seguros da tarefa a ser feita.

Perguntados sobre a disponibilidade de diálogo independente do cargo ocupado 78,6% responderam que sim há esse diálogo e 21,4% concordaram em parte, demonstrando certa insatisfação.

Na frequência que a comunicação interna é estimulada dos 14 pesquisados 8 (51,1%) responderam que sim ,4 (28,6 %) concordaram em parte e 2 (14,3%) não tem opinião formada sobre o assunto.

Questionados acerca da disponibilização dos veículos de comunicação 85,7% responderam que há esse acesso, 14,3 % que apenas em parte conseguem ter acesso a estes veículos.

Quanto às condições adequadas de informações no desempenho de suas atividades 78,6 % concordam plenamente que tais informações são adequadas e 21,4 % concordam em parte, e na utilização destas informações na comunicação interna 78,6 % concordaram plenamente e 21,4 % concordam em parte que utilização as informações divulgadas dentro da empresa.

Se os instrumentos utilizados pela empresa na comunicação interna são adequados e eficientes pode se observar que 57,1 % afirmaram que sim, 28,6 % concordaram em parte, mas 14,3 % discordaram em parte, segundo estes há que haver uma adequação maior desses instrumentos.

Na relação interpessoal se havia clareza e objetividade, 57,1% responderam que concordaram plenamente e 42,9 % concordaram em parte. Se a comunicação interna proporciona conforto no desempenho das atividades 64,3% acham que sim, concordaram plenamente, 21,4% responderam que concordam em parte, e 14,3% discordam em parte.

Em todos os itens pesquisados na empresa, a comunicação interna no ambiente de trabalho se mostrou satisfatório não oferecendo riscos que impeçam o bom andamento das atividades e a boa comunicação entre colaboradores também ficou evidente, que todos os veículos e instrumentos usados pela empresa e seus colaboradores é bastante eficaz. Assim conclui-se que a comunicação interna tem sido uma ferramenta da qual a empresa usa com a finalidade de esclarecimento e informação, a qual tem gerado um ambiente agradável entre seus colaboradores, o que influencia positivamente na execução das tarefas propostas.

Os meios usados pela empresa são satisfatórios, possuindo um quadro de avisos geral, elencando as tarefas diárias, o que facilita em muito a organização do trabalho, há também uma comunicação efetiva através de correio eletrônico, memorando internos, e no final de cada semana é feito uma reunião de avaliação , onde são elencados as novas propostas de trabalho para a semana seguinte, cada colaborador recebe por escrito todas as informações necessárias, sempre que necessário há cursos de capacitação e atualização das novas tecnologias adotadas pela empresa.

Conforme afirmação de Pimenta (2006) “Sem a comunicação, todas as relações que se estabelecem entre as pessoas e os diversos grupos humanos seriam impossíveis, seja relações comerciais, de trabalho ou afetivas”.

Neste ponto podemos afirmar que a comunicação interna da empresa pesquisada oferece uma comunicação efetiva, e que sua relação entre colaboradores independentes do cargo que ocupam é bastante saudável, o que proporciona um ambiente de trabalho de qualidade de vida entre todos.

5 CONCLUSÃO

Com o objetivo de realizar um estudo acerca da comunicação interna tão fundamental num ambiente empresarial, este trabalho de conclusão de curso, procurou analisar as diversas formas de como esta comunicação interna acontece in loco.

Faz-se importante que o empresário tenha como meta principal que o fato que gera riqueza não deve ser apenas o trabalho manual, mas dar relativa importância ao intelectual, pois o conhecimento é sem dúvida um gerador de riquezas mais valorizado.

Dentro da comunicação interna de uma empresa há diversos instrumentos que devem servir para veicular as várias formas de informações, sendo que este meio de organização recebe, oferece e canaliza todo o conhecimento a ser transmitido para que haja uma tomada de decisões mais acertadas por parte de todos os envolvidos no processo de produção.

A comunicação deve ser valorizada como forma de motivar e incentivar colaboradores na execução das tarefas sob sua responsabilidade, assim criando entre todos, um clima de parceria e confiança.

Para que este estudo apresentasse uma visão mais concreta, foi necessário buscar informações através de conceitos e pensamentos de vários autores para se ter uma firmeza de propósito ao analisar os dados coletados dos colaboradores, sabendo até onde a comunicação interna da empresa vinha sendo feita de forma correta e com o intuito de envolvê-los de forma positiva em todo o processo de trabalho.

Através dos dados coletados pode-se afirmar que a referida empresa ressalta e prima pela comunicação interna constante e que o diálogo é empenho de todos para o bom andamento das tarefas, ainda se constatou que os métodos disponibilizados pela empresa são bastante satisfatórios na comunicação interna.

Concluiu-se que a busca e os investimentos constantes é tarefa de todos, que há um envolvimento entre os colaboradores na participação da comunicação rápida para que a efetivação do trabalho seja eficiente.

Este estudo pretende ser uma pequena fonte de conhecimento, uma vez que o assunto em questão é bastante amplo, e merece novos estudos relacionados ao tema, sob a luz da ciência como ferramenta para uma gestão empresarial que

tem como finalidade atingir o mercado de trabalho bastante competitivo, e para que se firme nesta meta a comunicação interna é ponto relevante nesta conquista

REFERÊNCIAS

BAHIA, Juarez. **Introdução à Comunicação Empresarial**. Rio De Janeiro: Mauad, 1995.

BARROS, Aidil de Jesus Paes de; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de metodologia: Um guia para a iniciação científica**. São Paulo: Ed. McGraw-Hill, 1986.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos: fundamentos básicos**. 5 edição. São Paulo: Atlas, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos**. 7 edição. São Paulo: Atlas, 2002.

FARIA, A. Nogueira de; SUASSUNA, Nay R. **A comunicação na administração**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1982.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Ed. Atlas S.A, 1996.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. Editora Record. 4. Ed. Rio de Janeiro, 2000.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Ed. Atlas S.A, 1995.

MARTINS, Rosilda Baron. **Metodologia científica: como tornar mais agradável a elaboração de trabalhos acadêmicos**.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 7 edição. Revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2008.

PARRA FILHO, Domingos; SANTOS, João Almeida. **Apresentação de Trabalhos Científicos: Monografia, TCC, Teses, Dissertações**. São Paulo: Ed. Futura, 2002.

PASOLD, Luis Cesar. **Personalidade e Comunicação**. Florianópolis. Ed. Plus Saber.2002.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação Empresarial**. São Paulo. Ed. Alínea. 2006.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação Empresarial**. São Paulo. Ed. Alínea. 2002.

RAMOS, Paulo; RAMOS, Magda Maria; BUSNELLO, Saul José. **Manual Prático de Metodologia da Pesquisa: Artigo, Resenha, Projeto, TCC, Monografia, Dissertação e Tese**. Blumenau, SC: Ed. Acadêmica Publicações Ltda, 2003.

RUIZ, João Alvaro. **Metodologia científica** guia para eficiência nos estudos. 4 edição. Atlas, 1996.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptis. Metodologia de pesquisa. Ed. 3. Editora McGraw-Hill. São Paulo. 2006

TOMASI, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. Comunicação Empresarial. São Paulo. Ed. Atlas S.A. 2007.

VIEIRA, Maria Christina de Andrade. **Comunicação empresarial:** Etiqueta e ética nos negócios. São Paulo. Ed. Senac. 2007.

APÊNDICE

Questionário a ser aplicado na pesquisa de campo sobre Comunicação interna na empresa

Pessoais

1. A que faixa etária você se enquadra?

- () Até 25 anos
- () 25 a 40 anos
- () Acima de 40 anos

2. Qual seu sexo?

- () Masculino
- () Feminino

3. Seu tempo de trabalho nesta empresa gera em torno de?

- () Até 5 anos
- () 5 a 15 anos
- () mais de 15 anos

4. Qual sua formação escolar?

- () Fundamental incompleto
- () Fundamental completo
- () Ensino médio incompleto
- () Ensino médio completo
- () Ensino Superior incompleto
- () Ensino Superior completo

Ambiente de trabalho

1. Os acordos de trabalhos realizados são de conhecimentos de todos os funcionários?

- () Concordo plenamente

- Concordo em parte
- Discordo em parte
- Discordo totalmente
- Não tenho opinião formada

2. Há todas as orientações necessárias para a execução dos trabalhos?

- Concordo plenamente
- Concordo em parte
- Discordo em parte
- Discordo totalmente
- Não tenho opinião formada

3. Existe entre os colaboradores um diálogo aberto independente do cargo que ocupam?

- Concordo plenamente
- Concordo em parte
- Discordo em parte
- Discordo totalmente
- Não tenho opinião formada

4. No modo de operacionalização há preocupação de haver uma comunicação frequente entre todos?

- Concordo plenamente
- Concordo em parte
- Discordo em parte
- Discordo totalmente
- Não tenho opinião formada

5. Os meios de comunicação interna se encontram disponíveis sempre que há necessidades do mesmo?

- Concordo plenamente
- Concordo em parte

- () Discordo em parte
- () Discordo totalmente
- () Não tenho opinião formada

6. Existe na empresa uma preocupação em oferecer acesso as informações precisas para que eu possa desempenhar minha tarefa com eficiência?

- () Concordo plenamente
- () Concordo em parte
- () Discordo em parte
- () Discordo totalmente
- () Não tenho opinião formada

7. Grandes partes das informações divulgadas pela comunicação interna da empresa são de utilidade para o meu desempenho?

- () Concordo plenamente
- () Concordo em parte
- () Discordo em parte
- () Discordo totalmente
- () Não tenho opinião formada

8. Os meios empregados pela empresa para a comunicação interna tem se demonstrado eficazes e adequados?

- () Concordo plenamente
- () Concordo em parte
- () Discordo em parte
- () Discordo totalmente
- () Não tenho opinião formada

9. A comunicação interpessoal dos membros do meu setor tem acontecido de modo a satisfazer a empresa?

- () Concordo plenamente
- () Concordo em parte

- Discordo em parte
- Discordo totalmente
- Não tenho opinião formada

10. No meu setor dentro da empresa há bastante diálogo e comunicação interna, o que gera conforto no desempenho exercício das tarefas?

- Concordo plenamente
- Concordo em parte
- Discordo em parte
- Discordo totalmente
- Não tenho opinião formada