



ANA PAULA QUADRAS

**A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA PARA MELHORIA DOS PROCESSOS
DE ATENDIMENTO DE UMA EMPRESA XX DE JI-PARANÁ**

Ji- Paraná

2019

ANA PAULA QUADRAS

**A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA PARA MELHORIA DOS PROCESSOS
DE ATENDIMENTO DE UMA EMPRESA XX DE JI-PARANÁ**

Artigo apresentado no curso de graduação,
em metodologia do ensino superior do
Centro Universitário São Lucas 2019, como
requisito parcial para obtenção do título em
bacharel.

Orientadora: Juliana Negrini Tarnoschi de
Alcântara.

Ji-Paraná

2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Gerada mediante informações fornecidas pelo(a) autor(a)

Q13i Quadras, Ana Paula
 A importância da comunicação interna para melhoria dos processos
de atendimento de uma empresa XX de Ji-Paraná / Ana Paula Quadras. --
Ji-Paraná, 2019.
 28 p.
 Orientadora: Prof. Juliana Negrini Tarnoschi de Alcântara

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) -
Centro Universitário São Lucas

1. Clima Organizacional. 2. Comunicação Integrada.
3. Disseminação de informação. 4. Produtividade. I. Alcântara, Juliana
Negrini Tarnoschi de. II. Título

CDU 005.57

ANA PAULA QUADRAS

**A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA PARA MELHORIA DOS PROCESSOS
DE ATENDIMENTO DE UMA EMPRESA XX DE JI-PARANÁ**

Artigo apresentado à Banca Examinadora do Centro Universitário São Lucas, como requisito de aprovação para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador (a) Prof (a): Juliana Negrini Tarnoschi de Alcântara.

Ji-Paraná, 08 de dezembro de 2019.

Orientadora Juliana N. T. de Alcântara.

São Lucas Centro Universitário

Avaliadora Marcia Cristina Teixeira.

São Lucas Centro Universitário

Avaliadora Priscila Lima.

Convidada Externa

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA PARA MELHORIA DOS PROCESSOS DE ATENDIMENTO NA EMPRESA XX DE JI-PARANÁ/ RO.

Ana Paula Quadras¹

Juliana Negrini Tarnoschi de Alcântara²

Resumo: A comunicação interna é um setor da comunicação integrada que foca em atitudes dos colaboradores da empresa. Trata-se da distribuição de informações essenciais e estratégicas no ambiente empresarial. Essa troca de informação pode ser feita de forma vertical entre líderes e subordinados ou de forma horizontal entre os colaboradores de um mesmo nível hierárquico. O principal objetivo da comunicação interna é manter os colaboradores engajados com os objetivos da empresa, prestando um bom atendimento e oferecendo melhores serviços aos seus clientes. Tendo-se uma boa estratégia de troca de informação melhora o clima organizacional, onde os colaboradores desenvolvem um bom relacionamento interpessoal e cria-se animo de cooperação com os colegas de trabalho e contribui também para o aumento de produtividade. A comunicação interna é umas das ferramentas mais importantes para o sucesso de uma empresa, sendo fundamental para soluções de problemas e melhoria nos processos de atendimento. A coleta de dados ocorreu em uma empresa de pequeno porte situada na cidade de Ji-Paraná, Rondônia, através de questionário e entrevista com todos os colaboradores. Devido à análise participativa, constatou que a grande falha no processo da comunicação acontece por não haver um bom clima organizacional, afetando diretamente na produtividade. Evidenciam-se um grande desafio para os líderes a respeito da comunicação interna e o clima organizacional que tem com intuito de transmitir mensagens essenciais para todos os envolvidos. Com o auxílio das ferramentas de gestão de pessoas podemos sugerir para os responsáveis desenvolverem alento a todos os colaboradores da organização, com objetivo de melhorar o clima organizacional e a comunicação interna.

Palavras Chave: Comunicação, clima organizacional, colaboradores.

AN IMPORTANCE OF THE INTERNATIONAL COMMUNICATION FOR IMPROVING SERVICE PROCESSES IN JI-PARANÁ / RO COMPANY XX.

Abstract: Internal communication is an integrated communication sector that focuses on the attitudes of the company's employees. It is the distribution of essential and strategic information in the business environment. This information exchange can be done vertically between leaders and subordinates or horizontally between employees at the same hierarchical level. The main objective of internal communication is to keep employees engaged with the company's objectives, providing good service and offering better services to its customers. Having a good information exchange strategy improves the organizational climate, where employees develop a good interpersonal relationship and create a cooperative spirit with co-workers and also contributes to increased productivity. Internal communication is one of the most important tools for a company's success, being fundamental for problem solving and improvement in service processes. Data collection took place in a small company located in the city of Ji-Paraná, Rondônia, through a questionnaire and interview with all employees. Due to the participatory analysis, it found that the major failure in the communication process happens because there is not a good organizational

¹ Acadêmica do curso de Administração da UniSL – Ji-Paraná - anapaulaaquadrass038@gmail.com

² Orientadora Espec. Juliana Negrini Tarnoschi de Alcântara – juliananegrini.t.a@gmail.com

climate, directly affecting productivity. There is a major challenge for leaders regarding internal communication and the organizational climate that it is intended to convey essential messages to everyone involved. With the help of people management tools we can suggest to those responsible to develop encouragement to all employees of the organization, in order to improve the organizational climate and internal communication.

Key-words: Communication, organizational climate, employees.

Introdução

No ambiente organizacional é importante que as empresas se preocupem com seu *stakeholder* – público – mais próximo: Funcionário. Tendo em vista que o colaborador é o primeiro “cliente”, ele tem o contato mais forte e conhecimento sobre a empresa. Depende dele para vestir a camisa, programar a missão, a visão e os valores da organização, fazendo-se a peça fundamental tanto para o sucesso quanto para o fracasso de um negócio, e é por isso que as empresas devem se preocupar com a comunicação interna da empresa.

Outro fator importante para este estudo é a proposta de melhoria dos atendimentos afim de satisfação dos clientes, economia dos recursos da empresa, proporcionando um atendimento com mais eficiência, rapidez e qualidade no processo. Nesse aspecto a comunicação é vista como uma necessidade para execução de tarefas.

O trabalho desenvolvido se mostra oportuno para melhoria nos atendimentos da empresa, identificar as falhas nos processos, analisar qual a melhor estratégia de comunicação interna, com intuito de agregar valor nos serviços prestados e satisfação dos clientes.

A comunicação interna é uma área da comunicação integrada que foca suas ações nos colaboradores de uma empresa. Trata-se da transmissão e do compartilhamento de informações relevantes e estratégicas em um ambiente corporativo. Essa troca pode ser feita tanto de forma vertical (entre superiores e subordinados e vice-versa) ou de forma horizontal (entre os funcionários de um mesmo nível hierárquico)³. Melhora o clima organizacional, aumenta a produtividade interna, diminui a taxa de rotatividade e facilita a integração dos funcionários.

Deste modo será possível avaliar de forma quantitativa e qualificativa o comprometimento dos colaboradores nas execuções de suas tarefas. Buscando melhorar a troca de informação e o clima organizacional dentro da empresa.

³ Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/comunicacao-interna/>.

Considera-se que a realização dessa pesquisa é de suma importância, por se tratar de uma ferramenta de processos de atendimento com o uso comunicação interna tendo com objetivos definidos, aonde possamos comprovar as ciências teóricas á pratica, dando um aspecto significativo ao trabalho de conclusão de curso e podendo servir de base para outras empresas que buscam melhoria para esse problema.

O problema enfrentado pela empresa é a falha no processo de comunicação que provoca erros como: atraso nas entregas de orçamentos, entregas de produtos e serviço prestado pela empresa xx. A ausência de informação está ocasionando prejuízos por mau planejamento, além de gerar insatisfação dos clientes, afetando diretamente na renda financeira da empresa.

Entende-se que sem uma comunicação interna eficaz a empresa xx não conseguirá alcançar seus objetivos organizacionais. É coerente dizer que a comunicação pode ser trabalhada de modo, a auxiliar o desenvolvimento do trabalho como uma ferramenta complementar na busca pelo alcance das metas e objetivos da empresa xx. A comunicação interna tem como responsabilidade informar de forma prática e clara todos os colaboradores com intuito que eles ofereçam maior contribuição para o alcance dos objetivos estabelecidos.

Sendo assim, questiona-se: Qual a importância da comunicação interna dentro de uma empresa de pequeno porte na cidade de Ji-Paraná, RO para melhoria nos processos de atendimentos?

A pesquisa limita-se em um estudo de caso sobre a importância da comunicação interna para a melhoria dos processos de atendimento na empresa xx de Ji-Paraná, Rondônia. Com o objetivo geral de analisar os motivos que geram falhas na comunicação dentro do ambiente de trabalho da empresa XX e com os objetivos específicos: Diagnosticar a comunicação interna e como acontece a troca de informações; Verificar como clima organizacional influencia no processo de comunicação interna; e Sugerir possíveis métodos para melhoria caso se faça necessário.

1.1 - Conceito de Comunicação

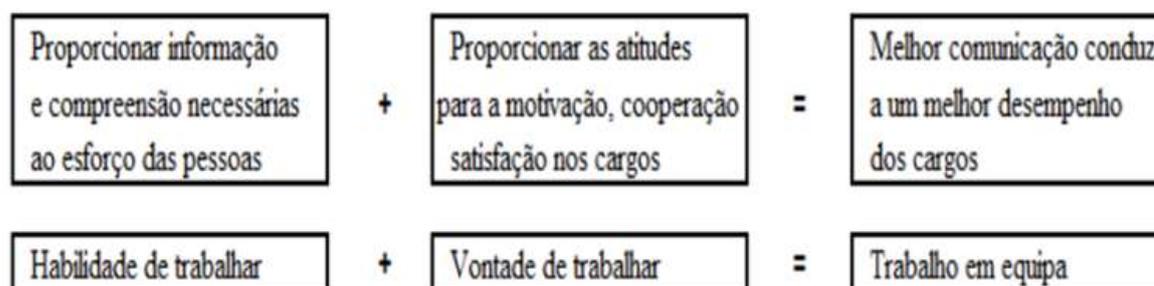
Comunicação é um processo, uma força que questiona e transforma as estruturas empresariais, sociais e governamentais. A comunicação está presente no nosso cotidiano e diariamente utilizamos código para formular uma mensagem e enviá-la na forma de sinal como: ondas sonoras, letras impressas, símbolos, por meio de canal como: ar, fios, papel, a um receptor para que ele interprete seu significado. É utilizado também a comunicação não-verbal como: gesto, sinais, símbolos ou comunicação interpessoal a distância através de

escrita, telefone e internet. (CHIAVENATO, 2000). “Comunicação é um processo fundamental ente indivíduos e organizações, uma troca de informações, tornando as mensagens mais claras” (CHIAVENATO, 2000, p.142), Para Maria Shuler (2004), a comunicação está presente em todas as formas de organização conhecidas na natureza, tanto que se pode afirmar que a única maneira de haver organização é através da comunicação. Para Serra “No processo da comunicação, as pessoas podem comunicar-se em muitos níveis, por muitas razões, como muitos indivíduos, muitas formas” (SERRA, 2007, p. 77).

Segundo Chiavenato (2010) a comunicação é uma atividade administrativa que tem dois propósitos principais:

- a) Proporcionar informação e compreensão necessária para que as pessoas possam conduzir suas tarefas;
- b) Proporcionar atitudes necessárias que promovam a motivação, cooperação e satisfação nos cargos.

Figura 1: Principais propósitos da comunicação



Fonte: Chiavenato (2010, p.142).

1.1.1 Comunicação empresarial

Segundo Tomasi; Medeiros (2009) quantidade de informação não significa qualidade. Sem as condições básicas de entendimento, certeza, resposta, a comunicação pode ser seriamente afetada, isto é, se houver desequilíbrio entre os mecanismos de produção e recepção, a comunicação poderá enfrentar problemas, como: sobrecargas de informações, ausência de entendimento da mensagem, falta de convicção, insuficiência de respostas ou respostas negativas podendo comprometer a imagem e da identidade da empresa.

A definição de comunicação empresarial para Cahen (2005):

Comunicação Empresarial é uma atividade sistêmica, de caráter estratégico, ligada aos mais altos escalões da empresa e que tem por objetivos: criar, onde ainda não

existir ou for neutra, manter, aonde já existir ou, ainda, mudar para favorável, onde for negativa, a imagem da empresa junto a seus públicos prioritários (CAHEN, 2005, p.29).

Por sistêmico, Cahen (2005) entende como atividade constante onde deve estar conectada a sistemas implantados e têm que estar relacionadas com aos altos escalões da empresa. Dessa forma se torna estratégica, tendo ligação com a missão e os objetivos da organização. Nassar e Figueiredo (2006) esclarece que:

[...] a comunicação empresarial se utiliza de muitas linguagens que não têm necessariamente como objetivo imediato o processo de venda. Dentre essas linguagens estão a das relações públicas, a de imprensa e a de atendimento direto ao consumidor (NASSAR; FIGUEIREDO, 2006, p.12).

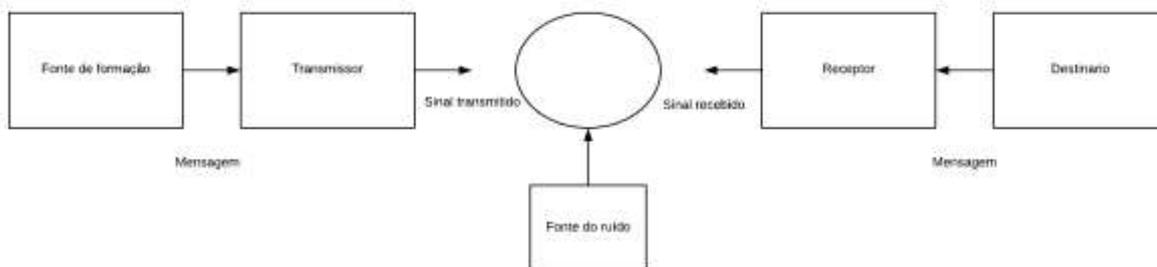
Os autores afirmam as ações dessas áreas de comunicação empresarial se não são diretamente mensuráveis, podem significar simpatia da sociedade, a fidelidade dos consumidores, um bom relacionamento com trabalhadores. Por esse motivo a melhoria dos atendimentos é indispensável, pois a concorrência e as opções de produtos no mercado requerem nova postura comunicacional nos processos de atendimento das empresas. “Essa nova postura organizacional com relação à comunicação leva as empresas a reconhecer que é preciso transformar as ilhas de comunicação existentes dentro das empresas em um todo, em uma ação única” (TOMASI; MEDEIROS, 2009, p.58).

De acordo com Chiavenato (2001) as comunicações dentro das organizações são falhas e compeliu os administradores a:

- Assegurar a participação das pessoas dos escalões inferiores na solução dos problemas operacionais da empresa;
- Incentivar maior franqueza e confiança entre indivíduos e grupos nas empresas.

Essas duas definições promovem um ambiente que leva a um espírito de equipe e a um melhor desempenho de suas tarefas. Para a teoria das relações humanas “Os subordinados devem receber um fluxo de comunicação capaz de suprir-lhes as necessidades” (CHIAVENATO, 2001, p. 166). Por outro lado, os supervisores devem receber informações necessárias dos seus subordinados para que seja capaz de lhe fornece uma ideia adequada.

Figura 2: Processo básico de comunicação.

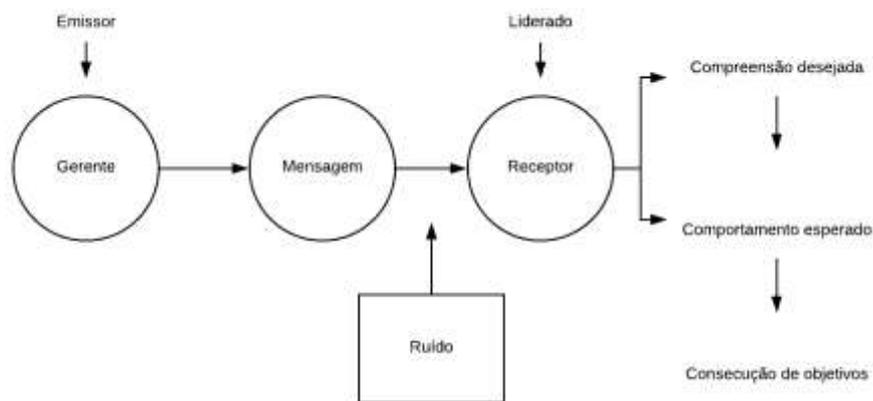


Fonte: Carvalho (1995, p. 82) – adaptada.

Objetivos da comunicação empresarial para atendimentos

Entre os objetivos da comunicação empresarial, Cahen (2005) a empresa considera seus empregados sua maior força para atendimento ideal, e está preocupada com o atendimento das reais necessidades de seus clientes. Ocupar-se de fortalecer a credibilidade de todas as informações que emite, obter noticiário favorável na imprensa de forma não distorcida para melhor atender, Abrir e manter canais de comunicação entre clientes, obter bons negócios para estimular o desempenho dos empregados e favorecer a imagem da empresa.

Figura 3 – fluxo da comunicação entre gerente e colaborador.



Fonte: Carvalho (1995, p. 85) – Adaptada.

Para Carvalho.

Na administração participativa, o receptor deve ser o núcleo central do processo de comunicação na organização. A importância das comunicações para o gerente participativo decorre do fato de que, quando feitas de modo claro, objetivo e dinâmico, contribuem sobremaneira para aumentar a produtividade do receptor (CARVALHO, 1995 p.85).

O esquema mostra que a comunicação eficiente entre gerente e colaborador influencia muito com os objetivos empresariais, que visa integrar a equipe de trabalho para o atingimento de suas metas, melhorar processos e atendimentos

Comunicação estratégica

Na atualidade, a comunicação é classificada como função estratégica da empresa. Define-se comunicação empresarial como uma atividade sistêmica de caráter estratégico, relacionada aos mais altos níveis da empresa.

Comunicação estratégica tem compromisso maiores do que o mercado imagina. Não se restringe nem a profissionais de alta competência. Por isso, Bueno (2007) enfatiza que é necessário criar-se uma cultura de comunicação estratégica de organização onde esteja inserida e que comprometa toda a administração. Comunicação estratégica tem a ver com uma cultura organizacional, como todo o processo de gestão e atendimento.

Elizabeth Kfruri Simão (apud NASSAR,2005), define:

Comunicação, área considerada estratégica pela organização mais avançadas desse tempo, é a ferramenta que estabelece o relacionamento com todos os públicos da organização, tornando-se imperativo, portanto, ser uma área estimuladora da produção do conhecimento, incansável retransmissora dos valores e cultura empresariais, zelosa da imagem institucional (NASSAR, 2005, p.46).

Dessa forma contribui para o crescimento da empresa, tendo uma direção para seguir com o planejamento estratégico da comunicação será possível direcionar o atendimento com eficiência e eficácia nas ações comunicativas das organizações de forma clara. O alcance dos resultados através da comunicação leva tempo, sendo vital importância um planejamento integrado à visão estratégica nos seus atendimentos.

1.1.2 Comunicação Interna

A principal finalidade da comunicação interna é manter um bom relacionamento interpessoal entre os colaboradores, criando um bom clima organizacional que favorecem a conquista da qualidade total de produto e serviço.

Rêgo, (2002) afirma que:

A missão básica da comunicação interna é contribuir para o desenvolvimento e a manutenção de um clima positivo, propício ao cumprimento de metas estratégicas da organização e ao crescimento continuado de suas atividades e serviços e à expansão de suas linhas de produtos (RÊGO, 2002 p.54).

É de grande importância a comunicação interna entre os colaboradores, são eles que estão diretamente envolvidos no trabalho, visualizam melhor as barreiras. Tendo sugestões e ideias que pode reverter em vantagens para a própria empresa. "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” (TOMASI, 2009 p.67).

A boa comunicação tem como efeito, um melhor aproveitamento de prazo e recursos disponíveis, fornecem uma troca de experiência no ambiente de trabalho e estão ligadas diretamente no bem-estar pessoal, reconhecimento da sua importância para a organização proporcionando melhor seus processos de atendimento.

1.1.3 Ferramenta de comunicação interna

A utilização de ferramenta de comunicação depende da cultura organizacional e ramo que está inserida. Essa concepção de ferramenta vem de uma visão tática da comunicação organizacional.

Comunicação Oral

Para Pimenta (2006) esse provérbio, apesar de provocativo e controvertido, estabelece uma relação entre conhecimento e comunicação. Ter um conhecimento, mas não conseguir torna-lo comum, produz um efeito pouco significativo, que pode ser comparado a não tê-lo. Por isso a importância de se falar bem. No cotidiano, são várias as situações profissionais, onde é necessária uma boa comunicação através da fala.

- Conversas com clientes, superiores e subordinados;
- Entrevista para emprego;
- Reuniões, palestras, debates;
- Seminários: conferências, convenções, cursos;
- Ao telefone;
- Reuniões sociais.

Mudanças culturais, principalmente as relacionadas a comunicação, fizeram com que profissionais que antes não tinham exposição nas mídias agora tenha que se preparar para melhor atender as exigências do mercado de trabalho.

Comunicação Escrita

“Na comunicação escrita, alguns do modelo clássico de comunicação adquirem uma nomenclatura própria, explicitamente: o emissor passa ser o remetente e o receptor, destinatário”. (PIMENTA,2006, p. 148). É necessário assim que o remetente e o destinatário empreguem-se cada um em seu dever, para que seja compreendida.

E-mail

O correio eletrônico (ou e-mail) utiliza a Internet para transmitir e receber textos e documentos gerados em computador. A maioria dos funcionários administrativos utilizam o e-mail regularmente. “Como ferramenta de comunicação, o e-mail apresenta diversos benefícios” (ROBBINS, 2010 p. 240). Suas mensagens podem ser escritas, editadas e armazenadas rapidamente.

Mensagens Instantâneas

Tem inúmeras vantagens se comparada ao e-mail. Não há espera, não existe caixa postal lotada e sem incerteza quanto ao recebimento das mensagens enviada por e-mail. Os executivos e líderes consideram um meio eficiente de monitorar a presença física de seus funcionários.

Intranet

As intranet são redes privadas, internas, que funcionam da mesma forma que a Internet, mas cujo acesso é limitado às pessoas da organização. Esse tipo de rede de comunicação está se tornando o meio preferido dentro das organizações. As empresas estão criando também redes de extranet para conectar-se com os principais fornecedores, clientes e parceiros da organização.

Segundo Pimenta (2006) os processos básicos são atividades duradouras, rotineiras que precisam de acompanhamento, análise e revisões frequentes. Fazem parte:

- Mídias eletrônicas internas; relatório, folheto institucional canal interno de televisão ou rádios;
- Utilização de auditório para integração de público interno;
- Criação e funcionamento de conselho de comunicação;
- Publicação para o público interno: *house organ*; comunicados, boletins e quadro de aviso; regulamento interno, lista telefônica, etc.
- Apoio cultural para o público interno, entre outros.

Comunicação não Verbal

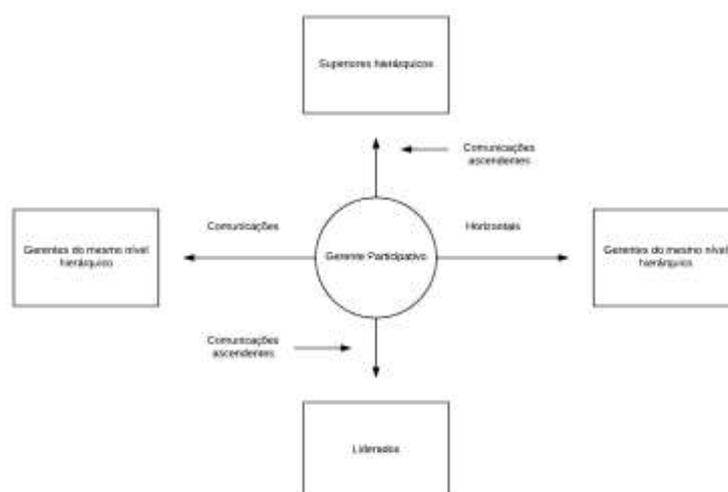
As emoções são comunicadas sem palavras, antes de serem formuladas na linguagem oral. Ansiedade, decepção, alegria, tranquilidade, agressividade, equilíbrio, e tantas outras emoções são expressadas através de gestos, tom de voz, expressões faciais e dos olhos, postura, e etc. É fundamental para a empresa desenvolver o *feeling* assim consegue distinguir as pessoas e as situações de maneira positiva contribuindo para os atendimentos e relacionamentos internos (PIMENTA, 2006).

A videoconferência é uma ampliação dos sistemas de intranet e extranet. Possibilita que os funcionários de uma empresa realizem reuniões com pessoas em ambientes diferentes. A imagem e o áudio possibilitam que as pessoas se vejam, se ouçam e conversem entre si. “A tecnologia da videoconferência, na realidade, permite que as pessoas conduzam reuniões interativas sem a necessidade de estarem todas no mesmo espaço físico” (ROBBINS, 2010, p. 241), possibilitando também entrevista com candidatos a alguma vaga anunciada pela empresa.

1.1.4 Comunicação nas Organizações: Fluxos e Circuitos

Pimenta (2006) Determina o processo de comunicação dentro de uma empresa, entre subordinados e seus superiores e podem ser observado tanto no que diz a respeito do fluxo de informação.

Figura 2: Esquema das comunicações nas Organizações: Fluxos e Circuitos.



Fonte: Carvalho (1995, p. 87) – Adaptado.

Comunicação Descendente: Direção vertical, as mensagens, em geral como: instruções, diretivas, procedimentos e metas. Saem dos cargos de níveis mais altos, para os de níveis mais baixos.

Carvalho (1995, p.87) afirma que são cinco tipos de comunicação descendentes:

1. Diretrizes especiais para as tarefas: instruções de cargos.
2. Informação destinadas a produzir compreensão das tarefas e sua relação com outras funções organizacionais: lógica do cargo.
3. Informação sobre procedimentos e práticas organizacionais.
4. *Feedback* para o empregado sobre seu desempenho.
5. Informação para desenvolver um senso de missão: argumentação sobre objetivos.

Comunicação Horizontal: Direção lateral, passam entre funcionários ou grupos de um mesmo nível hierárquico.

Para que se evite ao máximo a presença de distorções nas comunicações num mesmo nível hierárquico, é preciso que a empresa tenha uma política de coordenação administrativa bem definida, bem como suas linhas mestras em matéria de tomada de decisões ampla e claramente divulgada (CARVALHO, 1995 p.89).

Informação Ascendente: São mensagens em geral como: anseios, expectativas, resultados e sugestões que saem dos cargos de níveis baixos para seus superiores.

Carvalho (1932), cita alguns exemplos de comunicação ascendentes:

Relatórios transmitindo dados estatísticos (unidade produzidas ou vendidas; pessoal contratado ou demitido, etc.). Relatórios financeiros (aumento e oscilações do capital; nível de investimentos; contas a pagar e a receber; receita e despesa, etc.). Opiniões, ideias, sugestões, reclamações, queixas e críticas. Reclamações formais com fluxo por processamento próprio em seu caminho ascendente, exigindo, via de regra, soluções (CARVALHO, 1995 p.89).

1.1. 5 A Importância de Comunicação no Clima Organizacional

Uma ferramenta administrativa que auxilia a comunicação dentro da empresa é o clima organizacional.

O clima é produzido pela interação dos membros e reflete as atitudes, normas e os valores preponderantes da cultura organizacional. Atua como uma fonte de influência para comportamentos apresentados, incluindo as percepções coletivas dos membros sobre sua organização com relação a dimensões como autonomia, confiança, coesão, apoio, reconhecimento, inovação, honestidade, etc. (MORAN e VOLKWEIN, apud LUCENA, 2007).

Comunicação é a relação e a expressão entre pessoas. Clima organizacional é a qualidade do ambiente de trabalho que é percebida ou experimentada pelos colaboradores da empresa que influencia o seu comportamento (ASSAD, 2011).

Um bom clima organizacional é aquele em que cada funcionário tenha um bom relacionamento, que pode diminuir o estresse do cotidiano, dar autoconfiança para as decisões, melhorar o ambiente interno, criar graus de comunicação ativa entre funcionários e superiores. Com uma boa comunicação interna o clima organizacional dará aos colaboradores interação, prazer e motivação para continuar sempre fazendo um bom trabalho e com respeito aos colegas.

2 - METODOLOGIA

Descrevem-se alguns dos procedimentos a serem seguidos na realização da pesquisa, sua organização varia de acordo com as peculiaridades de cada pesquisa. (GIL, 2002) e é a partir deste ponto que algumas informações relacionadas ao projeto devem ser coletadas e analisadas. Como por exemplo:

- Tipo de pesquisa
- População e amostra
- Coleta de dados
- Análise dos dados.

Na pesquisa foram utilizado duas formas de estudo. A exploratória que identificou os impasses da comunicação interna, envolvendo entrevista com os funcionários, assim sendo capaz de fazer uma análise mais aprofundada e que permitiu avaliar os problemas acerca da empresa. Usamos também a pesquisa descritiva com intenções de conhecer e coletar melhores características do grupo estudado, possibilitando a identificação do estado físico/mental, levantando opiniões e atitude dos colaboradores.

O trabalho de pesquisa foi desenvolvido na cidade de Ji-Paraná-Rondônia, e englobou toda a organização que consta com 21 (vinte e um) colaboradores, uma empresa de pequeno porte que presta serviços e vendas de produtos de informática, onde os participantes responderam a uma pesquisa e os líderes participaram de uma entrevista em grupo.

Para Roesch (1999) definição quantitativo e qualitativo não se refere à presença ou ausência de qualificação, o objetivo é iniciar um conjunto de conceitos para se consolidar durante o processo de coleta, é basicamente uma forma diferente de coleta, a ênfase principal é na perspectiva do indivíduo pesquisado. Na quantitativa o pesquisador parte de conceitos sobre a realidade, e o pesquisador qualitativo sai do ambiente não estruturado, captando perspectivas e interpretações dos entrevistados.

Foi utilizado a abordagem quali-quantitativa, a quantitativa na aplicação de questionários com os funcionários e observação participativa que fez um levantamento através dos dados e a qualitativa foi usada para a aplicação de entrevistas com os líderes do grupo que ajudaram a dá auxílio para melhorias no processo de atendimento.

“As técnicas são procedimentos operacionais que servem de medição prática para a realização das pesquisas” (SEVERINO, 2007, p. 124). Bem como, podem ser utilizadas em pesquisas conduzidas mediante a diferentes metodologias. Mas, deverá ser compatíveis com os métodos adotados.

3 – Analise de dados

O presente estudo foi aplicado a um empreendimento de pequeno porte que atua no ramo de informática, na cidade de Ji-Paraná, fundada há 10 anos por dois sócios. O sócio

majoritário é formado em Sistema de Informação e o segundo sócio em Administração ambos formados no Centro Universitário Luterano de Ji-Paraná CEULJI/ULBRA. A organização conta um grupo de 21 (vinte e um) funcionários, divididos em 4 (quatro) setores: assistências técnicas, vendas, financeiro e gerência. A empresa trabalha com manutenção e instalação de *nobreaks*, *notebooks*, impressoras, computadores, monitores, painéis de senha, *datashows*, entre outros equipamentos de tecnologia. Conta também com uma ampla loja de varejo com venda direta de periféricos, produtos e acessórios de informática para pessoas físicas e jurídicas.

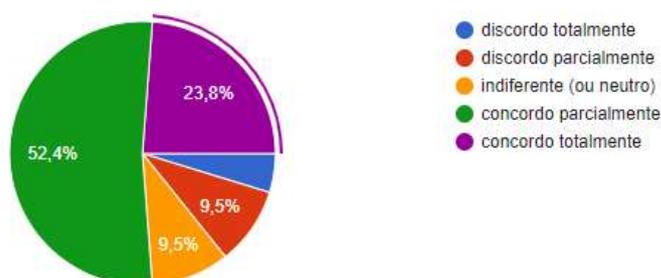
3.1 Análise da perspectiva de colaboradores

Para melhor entendimento foi aplicado um questionário que se implica através de um teste de clima organizacional e comunicação, além da entrevista coletiva com os líderes de cada setor sobre como acontece a comunicação entre eles. O intuito da aplicação do teste organizacional é para identificar se isso tem interferindo no processo da comunicação, dando suporte para sugestões finais.

Gráfico 5: Troca de informação entre chefe e subordinado

1. Eu sou informado por meu chefe sobre o que ele acha do meu desempenho.

21 respostas



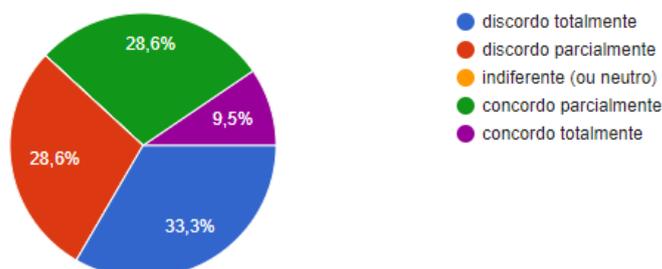
Resultado da pesquisa aplicada com os colaboradores.

Quando questionado sobre se o colaborador é informado pelo chefe sobre o que ele acha do seu desempenho, conclui-se que prevalece a maioria, pois, juntando os resultados concordo totalmente com parcialmente, totaliza 76,2 %. Ainda assim deve-se ampliar por parte do empregador o resultado de 23,8 % que estão entre discordo totalmente e indiferente. Portanto na análise participativa a autora pode perceber que nem sempre são repassadas as informações necessárias dos chefes para os seus funcionários.

Gráfico 6: Informações necessárias para realização do trabalho.

2. A equipe não me fornece todas as informações que preciso para realizar meu trabalho.

21 respostas



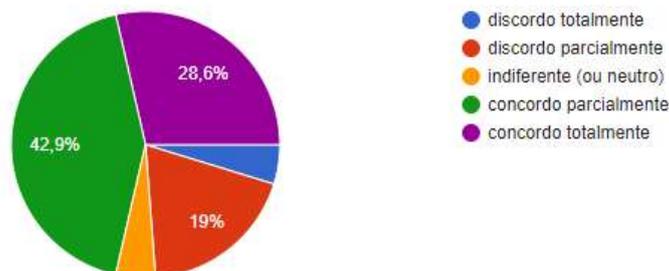
Fonte: resultado da pesquisa aplicada com os colaboradores da empresa.

Em relação as informações necessárias para a realização do trabalho, através da coleta de dados pelos colaboradores da empresa, teve um número relevante de 9,5 % de concordo totalmente e 28,6% de concordo parcialmente, porém, 28,6 % discordo parcialmente e 33,3 % discordam totalmente. Isso pode ser interpretado como um equilíbrio insatisfeito. Sendo que grande parte não recebe a informação correta para realizar seu trabalho, e assim, afetando na sua produtividade e conseqüentemente nos seus resultados. Foi observado também que as informações que não são passadas corretamente devido a escolha do canal de comunicação, que muitas vezes são utilizadas o aplicativo whatsApp e recados informais para transmitir para o colaborador.

Gráfico 7: relacionamento entre o grupo de Trabalho.

3. Meu grupo de trabalho se relaciona com harmonia.

21 respostas



Fonte: resultado da pesquisa aplicada com os colaboradores.

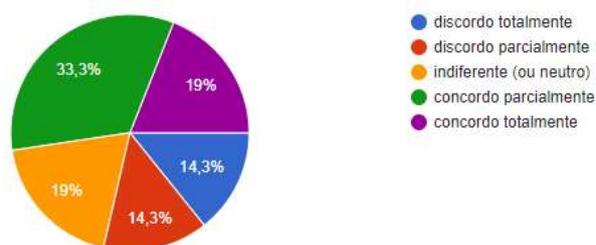
A respeito do relacionamento entre o grupo, há uma percepção positiva por parte dos colaboradores, em vista que 28,6 % concordam totalmente e 42,9 % concordam parcialmente. Mesmo assim deve-se uma atenção maior pois 28,5 % estão entre discordo

totalmente, discordo parcialmente e indiferente podendo esses resultarem em um clima desconfortável e tenso dentro da empresa. Dessa maneira foi observado que o clima organizacional influencia diretamente na comunicação interna. Mas quando questionado sobre a satisfação em trabalhar na empresa, teve um bom resultado com 81% concordam totalmente, esse número mostra que a maioria gostam de trabalhar na empresa e estão satisfeito com seu cargo. Foi perceptível também que os colaboradores garantem o serviço e a responsabilidade que a empresa tem com seus clientes.

Gráfico 8: Acesso as informações sobre as mudanças que interfere no meu trabalho.

5. Não tenho acesso às informações sobre mudanças que podem interferir no meu trabalho.

21 respostas



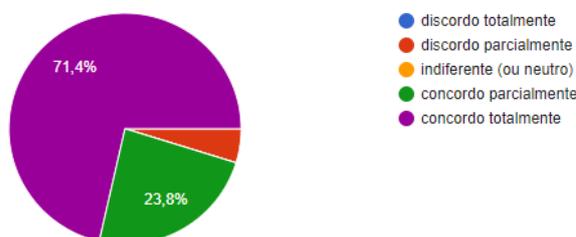
Fonte: Resultado da pesquisa aplicada com os colaboradores.

Referente ao acesso às informações sobre as mudanças que podem interferir no trabalho do colaborador, 19% concordam totalmente que não tem acesso a essas mudanças, 33,3 % concorda parcialmente e 19% não concordo e nem discordo. Isso mostra um preocupação pois os colaboradores não se sente informado as mudanças que estão ligado diretamente ao seu trabalho, podendo causar insegurança e insatisfação. Um dos líderes que participou da entrevista de grupo citou “tem uma coisa que me incomodou muito, eu sendo encarregado do meu setor eu não sabia que um dos meus técnicos ia embora, eu nem fiquei sabendo! Nem pra mim ele falou! E me largou na mão”.

Gráfico 9: relação no dia a dia entre colaboradores.

7. Desejo bom dia todos os dias aos meus colegas de trabalho.

21 respostas



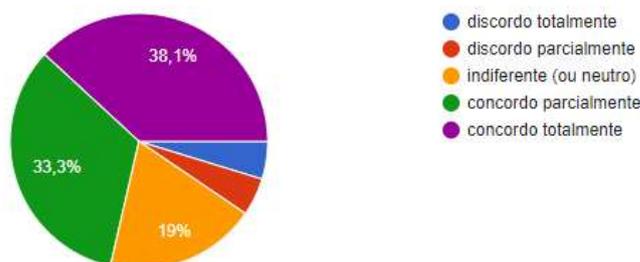
Fonte: Resultado da pesquisa aplicada com os colaboradores.

Sobre relacionamento entre colaboradores, se eles se cumprimentam diariamente, obteve um resultado de 71,4 % que concordam totalmente, e a diferença ficou 28,6 % entre concordam parcialmente e discordo parcialmente ou seja número preocupante pois uma boa parte do grupo não tem o costume de se cumprimentar o que afeta diretamente no clima organizacional da empresa. Percebe-se que no dia a dia nem todos tem o costume de se cumprimentar diariamente, às vezes pela correria ou por falta de atenção passa despercebido cumprimentar os colegas de trabalho. Já quando perguntado se o grupo trabalha de forma respeitosa 47,6% concordam totalmente, 38,1% concordam parcialmente, já 14,3% divide-se entre discordo totalmente, discordo parcialmente e nem concorda e nem discorda, esse valor mostra uma preocupação dentro da organização, pois observa-se que nem todos se tratam com respeito. Foi observado que as brincadeiras as vezes passam dos limites e muitas delas os colaboradores se sentem ofendidos e não levam na brincadeira, dessa maneira quando é perguntado algo a respeito do trabalho ele responde de forma rude e não passa a informação necessária para o desempenho do trabalho, influenciando no processo de comunicação dentro da empresa.

Gráfico 10: Reunião em grupo.

10. Periodicamente são feitas reuniões de nosso grupo de trabalho.

21 respostas



Fonte: Resultado da pesquisa aplicada com os colaboradores.

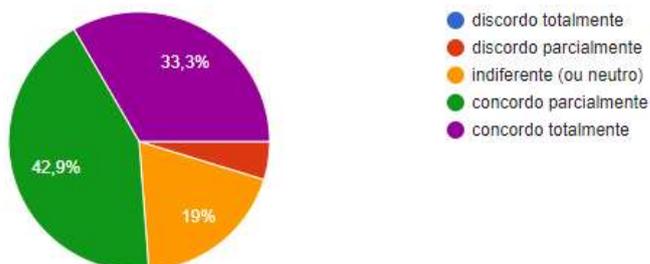
Com relação a reuniões feitas periodicamente, 38,1% concordam totalmente, 33,3% concordam parcialmente mostra que a empresa costuma sim fazer reuniões periodicamente (uma vez ao mês). Porém 19% ficaram indiferentes ou discordaram, consegue repassar claramente que necessita fazer mais reuniões entre os colaboradores, para informar mudanças. A autora conseguiu analisar de forma participativa que os colaboradores sentem necessidade de ter mais reuniões, para expor suas ideias, falar sobre suas experiências do dia, da semana e reuniões que sejam trabalhadas sobre gestão, mapa estratégicos e feedback do seus desempenho. Pois normalmente as reuniões são apenas para se tratar de trabalho fora do estado para que os técnicos possam se programar para ficar dias fora de casa e decidirem quais tipos de equipamentos irão necessitar para executar o serviço, isso

acontece três a quatro vezes no mês, depende do local e o tempo que irão levar para realizar o que foi programado.

Gráfico 11: O grupo se auxilia.

12. O grupo se auxilia mutuamente.

21 respostas



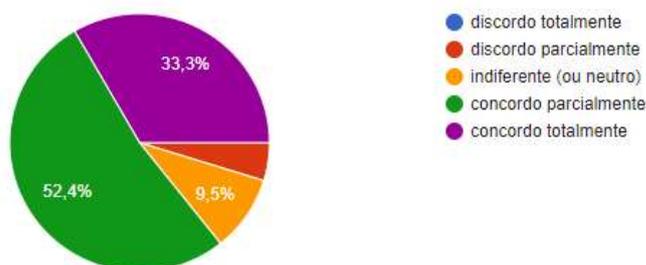
Fonte: Resultado da pesquisa aplicada com os colaboradores.

Em relação ao grupo, se eles se auxiliam mutuamente, 33,3% concorda totalmente, 42,9% concorda parcialmente, percebe-se que o grupo costuma se ajudar entre si, mesmo assim chama-se a atenção que 19% nem concorda e nem discorda. Analisando a questão da infraestrutura da empresa não ser adequada, 52,4% discordam totalmente e 38,1% discordam parcialmente, ótimo resultado, esse valor confirma que os colaboradores estão satisfeitos com a infraestrutura da empresa. Foi observado também que os empresários têm projeto para melhorar a estrutura, criar uma sala de reunião e ampliar os setores.

Gráfico 12: Clima de trabalho.

15. Meu grupo cultiva um bom clima de trabalho.

21 respostas



Fonte: Resultado da pesquisa aplicada com os colaboradores.

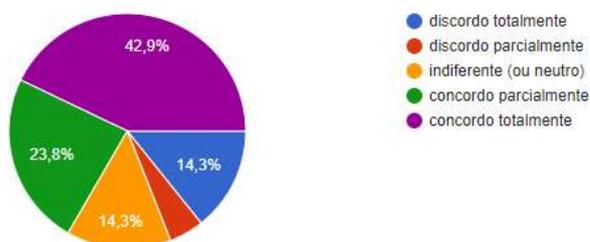
O que diz a respeito do bom clima no trabalho, apenas 33,3% concordam totalmente, 52,4% concordam parcialmente e 14,3% estão indiferentes ou discordam parcialmente, por mais que sejam a minoria, muitos não sentem que o grupo cultiva um bom clima no trabalho,

assim acabaram não se dedicando totalmente em suas funções com excelência, e isso pode prejudicar a produtividade da empresa.

Gráfico 13: Oportunidade de crescimento profissional.

17. Tenho oportunidades de crescimento profissional nesta empresa.

21 respostas



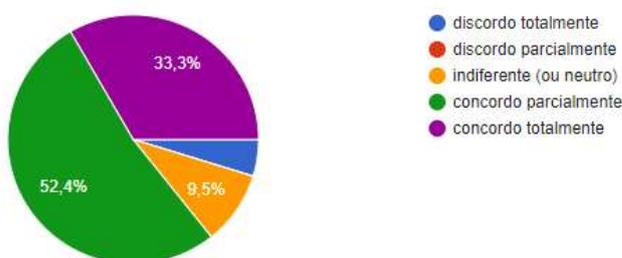
Fonte: Resultado da pesquisa aplicada com os colaboradores.

Referente a oportunidade de crescimento profissional dentro da empresa, 42,9% concordam totalmente, 23,8% concordam parcialmente e houve um empate de 14,3% para discordo totalmente e nem concordo e nem discordo. Isso mostra uma preocupação, pois, pode ser interpretado como uma insegurança em seu trabalho, de modo que não acreditem que possam crescer profissionalmente dentro da empresa.

Gráfico 14: Percebe-se quando algum colega está triste.

21. Consigo perceber quando algum colega de trabalho está triste.

21 respostas



Fonte: Resultado da pesquisa aplicada com os colaboradores.

Em relação com empatia entre os colaboradores se eles conseguem perceber quando algum colega está triste, apenas 33,3% concordam totalmente, 52,4% concordam parcialmente e o restante ficaram indiferente ou discordaram totalmente, esse valor deve-se uma atenção maior, pois observa-se que nem todos tem a preocupação um ao outro dentro da organização.

3.3 Entrevista em grupo

A entrevista aconteceu no dia 27/09/2019 às 17 horas com os responsáveis dos setores de computador, impressora, nobreaks e administrativo. A entrevista foi dirigida com algumas perguntas já elaboradas, mas os participantes tiveram total liberdade para responder de forma aberta. Foi questionado a princípio como ocorre a comunicação formal e informal. O grupo de líderes informou que tanto a comunicação formal quanto a comunicação informal são passadas por redes sociais e reuniões, existe um grupo para cada departamento onde só pode ser debatidos assuntos sobre o trabalho, todos concordaram a respeito disso. Para melhor entendimento foi perguntado se a empresa proporciona incentivos para a promoção de diversidade cultural, os líderes responderam que existe apenas festa de final de ano e comemoração do aniversariante do mês, não existe outro programa para incentivar os relacionamentos entre os funcionários.

Para se aprofundar em como acontece a troca de informações e o que poderia ser feito para melhorar a comunicação interna, foi coletado as seguintes respostas:

P1 – “Organizar alguma coisa além das comemorações do final do ano, em algum clube dá a oportunidade de levar familiares, normalmente a festa de fim de ano é somente os funcionários, acho uma boa ideia, porém ter uma segunda opção para levar os familiares” disseram também que ajudariam com as despesas caso necessário. P2 – “ter eventos mensalmente como vôlei, futebol, churrasco e etc. para que os funcionários tenham mais empatia um com outro” complementou outro líder e os demais concordaram.

Ao questionar sobre os maiores desafios dentro da empresa para manter um bom clima organizacional e a comunicação, houve um debate de opiniões entre eles. A autora pode coletar as seguintes informações. P1 – “No nosso caso, devemos mudar por nós, eu procuro chegar e falar um bom dia, da azia em um, da azia em outro as vezes nem é coisa de trabalho, as vezes fico brincando mesmo para quebrar um pouco o clima, porque eu sempre falo a gente vai ficar mais dentro da empresa do que na nossa própria casa. As vezes a gente sai cedo de casa pra chegar a noite, ficamos muito tempo fora de casa, então se a gente criar um clima aqui que seja ruim, vai ser ruim também pra trabalhar. Então em todos os setores precisamos mudar de alguma forma, sei lá, com atitudes, acho que as coisas acontecem quando temos atitudes, tomamos atitudes que possam influenciar no comportamento das pessoas, com um simples bom dia”.

O segundo participante defendeu que cada setor interage muito bem, ele percebe que a dificuldade é se relacionar com outros setores, ele disse assim “Eu ainda acho que cada departamento se interagem muito bem entre si, cada um isoladamente funciona muito

bem, mas sei que todos nós temos uma dificuldade muito grande em se relacionar de um departamento com outro, computador, impressora. Quando a gente passa nos departamentos parece que as pessoas se dão muito bem, o serviço flui muito bem, mas a grande dificuldade em si é entre um departamento e outro”.

O terceiro participante concordou e complementou: Que na opinião dele isso acontece por ser técnicos únicos e não existir a possibilidade de ser flexíveis devido suas especialidades. Em algumas empresas existe o modo rotativo que faz com que as pessoas criem diversos conhecimentos e laços de amizades. O que não acontece na nossa empresa “Eu fiquei sabendo que o cara estava trabalhando aqui, quase dois meses depois, fiquei sabendo na internet em um jogo online.” Citou ele.

O quarto participante completou que ele acredita que: “esse problema de comunicação é um pouco de falta de afinidade, devido à falta de lazer”.

O terceiro participante relatou um acontecimento que ocorreu devido à falta de comunicação e que interferiu de forma muito grande no seu planejamento da semana P3 – “Outra coisa que me incomodou muito, eu sendo encarregado do meu setor eu não sabia que um dos meus técnicos ia embora, eu nem fiquei sabendo! Nem pra mim ele falou! E me largou na mão, eu chamei a atenção dele, falei cara quando você precisa de mim, você me procura, mas agora você me deixou na mão e nem me falou nada. Percebo também que um erro da empresa é não ter hierarquia, se eu chego e tento impor minha liderança, por que às vezes eu preciso, o cara dá risada da minha cara, porque chega aqui dentro e o povo passa a mão”. O segundo participante concordou “não é fácil mesmo não, eu já tive problemas no meu setor, mas agora não tenho mais”.

Um dos líderes admitiu ter dificuldade em liderar “P3, mas eu tenho uma dificuldade de liderar por brincar de mais, sou quase um palhaço, então às vezes acaba confundindo realmente, falta respeito justamente por isso, eu sem querer as vezes ultrapasso um limite ou outro brincando com eles, e automaticamente dou esse beco pra eles, então eles não sabem distinguir um coisa e outra. E quando eu tento falar sério, eles não me ouvem, a não ser quando surto mesmo, que chego firme. A autora observou que a maior dificuldade é conseguir interagir funcionários de diferentes setores, por serem funções únicas acabam criando grupinhos de cada setor. Não existe nível hierárquico os líderes reclamam de não ter autonomia para impor posições aos seus subordinados e não existe respeito entre eles. Foi citado também que os líderes não são informados sobre mudanças que acontecem na empresa, e isso atrapalha muito o desempenho e planejamento de atendimentos diários.

Foi perguntado também o que poderia ser melhorado na infraestrutura da empresa para melhorar o desempenho no trabalho, citaram que o depósito da empresa necessita de uma ampliação, pois é pequeno e desorganizado e isso atrapalha o desempenho das vendas. O estacionamento da empresa é pequeno pelo porte da empresa, a sala de computação está pequena pela quantidade de técnicos e serviço. Seria importante também criar uma sala de reunião, pois não existe espaço para isso. Para concluir a entrevista foi questionado se os líderes se veem na posição de líderes nos seus devidos setores e todos concordaram em ser bons líderes, porém alguns acham que são poucos informados e muito cobrados por esse papel e sugeriram ter mais reuniões entre eles, e implantarem um canal de informação sobre as mudanças ocorridas na empresa.

3.4 – Sugestões

Trazendo alento a todos os colaboradores da organização, com objetivo de melhorar o clima organizacional e a comunicação interna sugere-se implantar algumas ferramentas como: Promover brainstorming com os colaboradores, identificar as competências de cada colaborador, identificar pontos fortes e pontos a melhorar de cada colaborador, realizar treinamentos, estabelecer metas de cada colaborador, estruturar ferramenta de acompanhamento de desenvolvimento, realizar feedback.

Para melhorar a empatia entre os colaboradores e deixar claras as normas empregadas pela empresa, propõe-se a apresentação do mapa estratégico da empresa aos colaboradores, podendo ser da seguinte forma: Apresentar missão, visão e valores da empresa, propor uma discussão dos valores da empresa, descrever normas e políticas da empresa, instalação de quadro ou monitores mostrando os andamentos dos serviços de cada setor, um quadro geral com informações para todos os colaboradores contendo informações semanais, mensal e anuais, fixar o mapa estratégico em pontos de visualização de todos e desenvolver dinâmicas entre os colaboradores.

Os próprios colaboradores sugeriam também que a empresa ofereça mais momentos de interação, como dinâmicas, esportes e lazer para que o grupo consiga ter um bom relacionamento, e conseqüentemente resultará em um bom convívio e refletirá nos objetivos da empresa.

4 - CONCLUSÃO

Ao analisar os questionários evidenciou-se um grande desafio para os líderes a respeito da comunicação interna e o clima organizacional que tem com intuito de transmitir mensagens essenciais para todos os envolvidos. A falha na comunicação acontece, pois os

próprios colaboradores não tem um bom relacionamento entre eles, o que acaba causando ruídos nos processos da comunicação.

Os resultados apontaram que os colaboradores tem prazer em trabalhar na empresa, gostam do serviço que exerce, mas por outro lado não existe empatia entre os próprios colaboradores.

Foi identificado também que são pouco informados pelos chefes ao que diz respeito ao seu desempenho e não obtém as informações necessárias pra realizar suas tarefas, o que pode causar insegurança e insatisfação dos colaboradores.

6-REFERÊNCIAS

ASSAD, Nancy. Comunicação, clima e cultura organizacional. 2011. Disponível em <https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/comunicação-clima-e-cultura-organizacional>. Acesso em 21 de setembro de 2019 às 22:26 h.

BUENO, Wilson da costa. **Comunicação empresarial no Brasil: uma leitura crítica**. São Paulo: Mojoara, 2007.

CAHEN, Roger. **Comunicação empresarial**. 10. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2005.

CARVALHO, Antonio **Vieira de. Administração de Recursos Humanos V.2**. São Paulo: Pioneira, 1995.

CHIAVENATO, Adalberto. **Administração novos tempos**. 2ª ed. – São Paulo, 2010.

CHIAVENATO, Adalberto. **Administração nos Novos Tempos**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CHIAVENATO, Adalberto. **Teoria Geral da Administração** – 6º ed. – Rio de Janeiro, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LUCENA, Suellen Janille. O bom clima organizacional como fator decisório para ganhar mercado. Jandaia do Sul, 2007.

NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. **Comunicação Empresarial**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação empresarial**. São Paulo: Alínea, 2006.

RÊGO, F.G.T. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBBINS, Stephen. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Person Prentice Hall, 2010.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho Científico**. 23 ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SERRA, Paulo J. **Manual de teoria da comunicação**. Covilhã, 2007.

SHULER, Maria. **Comunicação estratégica**. São Paulo: Atlas, 2004.

TOMASE, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. **Comunicação Empresarial**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional política**. São Paulo: Tomson, 2004.

APÊNDICE

24. Você tem alguma sugestão de como pode melhorar esse processo a favor de todos? Ex. quadro de aviso, secretária, mural etc.

7 dos colaboradores não quiseram responder e o restante respondeu a seguintes respostas:

- Quadro de avisos.
- Mural ou monitor mostrando o andamento dos serviços de cada setores. Para assim ser melhor acompanhado o andamento dos serviços e atendimentos
- Sim, com quadro de aviso em casa setores, colocando tb um quadro geral para informar viagens e eventos que aconteceram durante a semana.
- Um quadro de aviso
- Oferecer mais treinamento e conhecimento.
- Mais trabalho em equipe.
- Curso técnico para todos os setores com intuito de aperfeiçoar conhecimentos.
- Todos os meses ter uma reunião com todos os setores e todos os técnicos do setor e ter um jogo bem aberto falar o que está errado e o que está certo.
- Grupo do whatsups. Reuniões semanais.
- A empresa poderia 01vez por mês patrocinar algum tipo de lazer para os funcionário, tipo alugar um horário para quadra de futsal ou vôlei.
- Acho que poderia incentivar com prêmios viagens, brindes e etc.
- Acredito que ainda não tenha esse mural, mais acho importante, principalmente em uma data especial, você saber que a família a qual você passa tanto tempo juntos lembrou de vc.

Questionário

1. Eu sou informado por meu chefe sobre o que ele acha do meu desempenho.
2. Meu grupo de trabalho se relaciona com harmonia.
3. Tenho prazer em trabalhar nesta empresa.
4. Meu trabalho está sendo bem aproveitado em minha área.

5. Desejo bom dia todos os dias aos meus colegas de trabalho.
6. Sou tratado de forma respeitosa pelo grupo.
7. Tenho acesso às informações sobre mudanças que podem interferir no meu trabalho.
8. Periodicamente são feitas reuniões de nosso grupo de trabalho.
9. O grupo se auxilia mutuamente.
10. Sou elogiado pelo meu chefe por meu trabalho.
11. O trabalho em equipe é agradável.
12. Meu grupo cultiva um bom clima de trabalho.
13. Quando dou sugestões, meu chefe as aceita sem dificuldades.
14. Tenho oportunidades de crescimento profissional nesta empresa.
15. A infraestrutura da empresa é adequada.
16. O trabalho que faço me dá prazer.
17. A empresa proporciona treinamentos para aprimorar meu trabalho.
18. Me esforço para mostrar à empresa um desempenho superior ao que é esperado.
19. Tenho perspectiva de crescimento dentro da empresa.
20. A empresa oferece bons serviços a seus clientes.
21. A equipe me fornece todas as informações que preciso para realizar meu trabalho.
22. Consigo perceber quando algum colega de trabalho está triste.
23. Me preocupo com o grupo que trabalho.
24. Sempre ajudo meus colegas mesmo sendo em outro setor.
25. Você tem alguma sugestão de como pode melhorar esse processo a favor de todos? Ex. quadro de aviso, secretaria, mural etc. Sim () Qual? _____. Não ().

Entrevista

- 1) Como você percebe a importância da comunicação dentro da empresa?
- 2) Como ocorre a comunicação formal e informal?
- 3) Na empresa existe incentivos para a promoção de diversidade cultural?
- 4) O que poderia ser feito para melhoria da comunicação?
- 5) Em sua opinião, quais são os maiores desafios dentro da empresa para manter um bom clima organizacional?
- 6) Quais os motivos que geram falhas no processo de comunicação hoje?
- 7) O que poderia ser melhorado na infraestrutura da empresa para melhorar desempenho no trabalho?