

**CENTRO UNIVESITÁRIO UNIFACVEST
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
LUIZ ANTONIO GOMES**

**A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL NA GESTÃO
ORGANIZACIONAL**

SÃO PAULO, SP

2023

LUIZ ANTONIO GOMES

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL NA GESTÃO ORGANIZACIONAL

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário UNIFACVEST como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Bacharelado em Administração.

Aluno: Luiz Antonio Gomes

Orientador: Ingrid Cristiane Inácio de Liz

São Paulo, SP, __/__/____). Nota _____

Profª Ma. Ingrid Cristiane Inácio de Liz

Prof. Dr. José Correia Gonçalves

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL NA GESTÃO ORGANIZACIONAL

Luiz Antonio Gomes ¹

Ingrid Cristiane Inácio de Liz²

RESUMO

A importância da comunicação empresarial na gestão organizacional é fundamental para o sucesso de uma empresa. A comunicação eficaz dentro da organização melhora a coordenação entre departamentos, promove o alinhamento de objetivos e estratégias, aumenta a motivação dos funcionários e contribui para um ambiente de trabalho saudável. Além disso, a comunicação empresarial eficiente também é crucial para a construção da imagem da empresa perante seus clientes e stakeholders, facilitando a tomada de decisões informadas e a resolução de conflitos de maneira eficaz. Portanto, investir na comunicação empresarial é essencial para a gestão organizacional bem-sucedida e o crescimento sustentável das empresas. Portanto, conclui-se que investir na melhoria da comunicação empresarial deve ser uma prioridade para todas as organizações que desejam prosperar em um ambiente competitivo. Este estudo destaca a necessidade de desenvolver estratégias de comunicação eficazes, promover a formação de equipes de comunicação aberta e transparente dentro das empresas. A comunicação empresarial não -e apenas uma ferramenta, mas sim um alicerce para o sucesso organizacional.

Palavras-Chave: Gestão Organizacional. Estratégia de Comunicação. Eficiência Comunicativa.

ABSTRACT

The importance of business communication in organizational management is fundamental to the success of a company. Effective communication within the organization improves coordination between departments, promotes alignment of goals and strategies, increases employee motivation and contributes to a healthy work environment. Furthermore, efficient business communication is also crucial for

¹ Graduando em Administração pela Unifacvest. luizantoniogomes@unifacvest.edu.br.

² Graduada em Administração pela Unifacvest. Especialista em Tutoria em Educação à Distância pela Unifacvest. Mestre em Práticas Transculturais pela Unifacvest. Atua na Unifacvest/curso de Administração, Ciências Contábeis e Engenharia de Produção. prof.ingrid.liz@unifacvest.edu.br. <https://lattes.cnpq.br/2455207215266751>. <https://orcid.org/0009-0003-7984-7967>.

building the company's image before its customers and stakeholders, facilitating informed decision-making and resolving conflicts effectively. Therefore, investing in business communication is essential for successful organizational management and the sustainable growth of companies. Therefore, it is concluded that investing in improving business communication should be a priority for all organizations that wish to prosper in a competitive environment. This study highlights the need to develop effective communication strategies and promote the formation of open and transparent communication teams within companies. Business communication is not just a tool, but a foundation for organizational success.

Keywords: Organizational Management. Communication strategy. Communicative Efficiency.

1 INTRODUÇÃO

A escolha do tema surge pela importância que a comunicação gera para os funcionários, onde a empresa deve possuir toda uma estrutura de suporte que auxilia a todos da melhor forma possível, demonstrando ser eficaz para um desenvolvimento profissional da organização. O projeto desenvolvido aborda a temática utilizada pelas empresas para se obter uma qualidade ampla, sem que a falta de comunicação venha lhe afetar de alguma forma, e como é o seu desenvolvimento na área organizacional focando sempre na qualidade.

As organizações têm compreendido cada vez mais a necessidade de entender os fluxos de uma comunicação interna eficaz, para melhor entender e se conectarem aos seus públicos: funcionários, clientes, potenciais clientes, comunidades, fornecedores, governo e a sociedade em geral. Toda atividade dentro de uma organização é mediada pela comunicação. Por isso, é necessário envolver toda a organização a fim de que esta interação se realize com consistência, relevância e coerência.

Hoje a maioria das organizações veem a comunicação como algo importante e que merece olhar com mais atenção. Já passou o tempo que qualquer um da empresa cuidava da comunicação, muitas empresas têm um setor preparado para isso, em que se planeja estrategicamente a sua comunicação, tanto internamente como externamente, sendo responsável por cuidar de seu mais valioso bem: a sua imagem.

É através dela que a instituição consegue detectar onde está seu público, o que ele pensa, quais são suas preferências, como se relaciona, como toma suas decisões de compra, ou seja, ela é mais que um meio para se comunicar com seus públicos de interesse, ela é determinante para que os objetivos empresariais sejam alcançados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A comunicação empresarial desempenha um papel crítico na gestão organizacional, pois afeta a forma como as informações fluem dentro e fora da organização, influencia as relações entre os membros da equipe e impacta diretamente o desempenho e o sucesso global da empresa. Para fundamentar essa pesquisa, são relevantes teorias e conceitos como:

Comunicação organizacional, como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre a organização e seus diversos públicos. (...) Fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam, a comunicação organizacional configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade (KUNSCH, 2003, p.149).

Moreira (2010), afirma que a comunicação nas organizações representa em síntese um conjunto de estratégias, que têm como objetivo melhorar, ou gerar uma boa imagem para a empresa, e que a cada vez mais está relacionada com seus públicos, sejam eles consumidores, fornecedores ou funcionários.

Sabendo que o sucesso você não faz você conquista, e é através de uma comunicação e de uma boa organização que se consegue alcançar os objetivos que a empresa busca, diante disso é necessário se ter parceria para conquistar os objetivos e ideais.

De acordo com Chiavenato (1999), o processo de comunicação organizacional também pode se tratar de uma avaliação de desempenho na empresa que inclui a verificação constante do comportamento do colaborador, seus progressos e limitações, êxitos e insucessos, com o complemento de reuniões de *Feedback* para acompanhamento.

O gestor, diante dessas exigências, deve ser um facilitador e comunicativo para que as relações ocorram dentro dos princípios e missão da instituição. Certamente, este diferencial irá motivar as pessoas, tornando-os parceiros e não apenas funcionários da empresa.

Para garantir vantagem competitiva por meio das pessoas a empresa precisa investir em seu colaborador, tendo em vista que tudo que for feito no tocante as estratégias mercadológicas poderão ser copiadas pelos seus concorrentes, exceto a capacidade de execução de seu pessoal a fim de programar suas ações estratégicas. É importante salientar que houve um tempo em que a força ou a disponibilidade das pessoas eram o suficiente para gerar lucro para as empresas.

Exemplificando essa época, Guimarães (2002), explica que começo do século a produção em cadeia e o patrimônio ativo era o mais importante, com o passar dos anos foram atendidas as necessidades básicas do ser humano, e algo mais forte e intrínseco começou a fazer parte das organizações em todo o mundo.

As empresas não crescem sozinhas, são feitas por pessoas, colaboradores estão por trás de todo bom resultado. Por isso a importância de investir na chamada Gestão de Pessoas e na comunicação organizacional se tornou estratégia de competitividade no cenário atual.

A liderança e a boa comunicação consistem na capacidade de influenciar pessoas em diferentes situações e contextos, portanto, é de suma importância no rol de funcionários de uma empresa. Ocorre em grupos de diversos segmentos, na qual o processo de comunicação funciona como norte para objetivos almejados.

A comunicação é importante para melhorar o desempenho da organização, garantindo também o sucesso das relações entre todos dentro da empresa. Uma pessoa consegue facilmente o que deseja dentro ou fora da organização, quando utilizam de forma correta as ferramentas da comunicação.

Uma comunicação interna eficiente deve ser capaz de fortalecer o espírito de solidariedade e promover certas ideias, como incentivo a amizade. De acordo com Torquato (2002, p. 54):

A comunicação interna contribuir para o desenvolvimento e a manutenção de um clima positivo, propício ao cumprimento das metas estratégicas da organização e ao crescimento continuado de suas atividades e serviços e à expansão de suas linhas de produtos.

O principal objetivo da comunicação empresarial, segundo Torquato (2002), é posicionar a empresa em relação aos diversos públicos estratégicos. Estabelecer uma imagem favorável perante eles e aplicar constantemente as práticas de motivação do corpo funcional, avaliando a comunicação interna. Para falar em Comunicação Empresarial, temos que pensar em uma ferramenta ampla, capaz de enviar e receber informações que possam de alguma maneira ajudar a organização.

Diante desse quadro, para atender com excelência a clientela, as empresas necessitam de um profissional qualificado para que faça o gerenciamento correto dessas ferramentas sociais, uma gestão adequada, pois não basta apenas possuir uma página na rede social e postar os conteúdos e pronto, da mesma forma que no comércio tem que possuir promoções, vendas, atrativos, estabelecimento organizado, nas redes sociais não é diferente, não pode apenas ter uma *fanpage* na rede e pronto, é necessário utilizar de conteúdos interessantes a serem postados diariamente, que seja de interesse dos clientes. Dessa maneira, é imprescindível que se faça um monitoramento dessa rede social e do que está sendo apresentado para que não ocorra uma crise de imagem.

Fica claro, portanto, que mostrar a importância da gestão de pessoas diante de uma comunicação organizacional e como a sua prática vem ajudando na administração de pessoal, refletindo positivamente na maximização de lucros das empresas e conhecimento de causa, outros ainda apostam em líderes mais novos e com brilho no olho. De qualquer forma, o importante é manter o equilíbrio. Gestor ideal é aquele que treina com eficiência seus colaboradores, recompensa de forma justa e motiva com intensidade todos da sua equipe para alcançar as metas da empresa. O bom gestor sempre contrata pessoas com potencial de serem melhores do que ele mesmo, visando somente o bem da organização.

3 MATERIAL E MÉTODO

O trabalho foi desenvolvido com base em pesquisas bibliográficas que mostram a importância da comunicação organizacional e que essa vem crescendo mundialmente com o passar dos anos, pois seu foco é conseguir trabalhar coletivamente, buscando sempre a melhoria do futuro pessoal do outro dentro da empresa. Atualmente, se utiliza dos computadores seguidos das redes sociais, em

um mundo sem limites e sem regras, mostrando assim a importância de se saber fazer planejamentos financeiros e a gestão de pessoas e unir o útil ao agradável. Partindo desse pressuposto, pode-se abordar a empresa como fonte de propagandas do comércio diante de suas prestações de serviços e sua gestão.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como resultado desse trabalho, foi possível destacar que o gestor é quem aplica a avaliação de desempenho e a comunicação para sua equipe e age como se fosse um mentor, um orientador e não um juiz que julga o comportamento de um colaborador. Conforme Chiavenato (1983), “os indivíduos dentro da organização participam de grupos sociais e mantêm-se em uma constante interação social.” Assim para explicar e justificar o comportamento humano nas organizações, a teoria das relações humanas passou a estudar intensamente essa interação social.

A avaliação de desempenho e a comunicação buscam apresentar respostas de como ocorre à evolução na realização das atividades prioritárias no trabalho. Para tanto a avaliação deve-se mensurar as reais necessidades de aferição de metas e pontos críticos da área que se está avaliando, sob a pena de não se extrair resultados concretos e proveitosos para a melhoria do resultado global da equipe.

Como vimos para Chiavenato (2002), na medida em que a organização vai crescendo se faz um crescimento de pessoas. Para que essas pessoas sejam bem administradas, crescem os níveis hierárquicos. Acontecendo isso, ocorre o distanciamento entre as pessoas, esse distanciamento, muitas vezes, conduz a um conflito entre objetivos pessoais dos participantes e os organizacionais. Portanto, assim seguem as organizações bem-sucedidas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir de todo o cenário que foi estudado durante a realização desse trabalho, conclui-se que um plano de comunicação interna eficaz interfere e afeta muito o sucesso e o crescimento da organização, até mesmo a sobrevivência dela.

A comunicação interna cada vez vem assumindo um novo papel dentro das organizações e tem se integrado mais e mais com as demais áreas das organizações.

Podemos concluir também que as formas de como as empresas realizam a sua comunicação interna, permitem alcançar o público-alvo, construindo uma imagem positiva e transparente da organização. Pois utilizam canais de comunicação muito eficientes. Todas as empresas devem preocupar-se em contribuir para o meio ambiente, tendo uma responsabilidade social muito ativa.

A empresa a partir da comunicação interna consegue criar um clima organizacional favorável e uma boa imagem diante dos funcionários, agindo com responsabilidade e fornecendo produtos de boa qualidade. Além de uma comunicação interna eficaz, outras práticas inovadoras, também são utilizadas sob a orientação da ética ambiental e social. Onde a empresa tem uma posição de destaque perante a comunidade e segue adquirindo credibilidade perante aos seus públicos.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 11º. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

GUIMARÃES, Cláudia Patrícia Silvério Fragas. **Liderança eficaz: pessoas motivadas e felizes, organizações saudáveis**. São Paulo, 2002.

In____. **Recursos humanos na empresa: descrição e análise de cargos, avaliação do desempenho humano**. v 3. São Paulo: Atlas, 2000.

In____. **Recursos humanos na empresa**. Ed. Compacta. São Paulo: Atlas, 2002.

KUNSCH, Margarida, **Planejamento de Relações Públicas: Na Comunicação Integrada**, São Paulo: Summus, 2003.

MOREIRA, B. L. **Dicas de Feedback**. Rio de Janeiro: Qualilymark, 2010.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo: Ed. Pioneira Thomsom Learning, 2004.

