

COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DETERMINANTE PARA O SUCESSO EM UMA EMPRESA DO RAMO DE LABORATÓRIO FARMACÊUTICO NA REGIÃO DE LONDRINA/PR

¹Antonia Maria Gimenes, ² Renato N. Perez Ávila, ³ Gleizi Patrícia Ap^a dos Santos, ⁴ Sérgio Augusto Quina

RESUMO

O intuito do presente artigo foi analisar a importância da comunicação interna na organização do ramo de produtos de Laboratório Farmacêutico, para verificar sua eficácia e excelência em relação ao seu comprometimento, andamento e viabilidade da comunicação, tendo como objetivos específicos diagnosticar a forma mais eficiente para a organização no processo de comunicação. Foi desenvolvida a partir de pesquisa bibliográfica, observação direta e por demonstração dos resultados apresentados. Em face de pesquisa desenvolvida apresentou-se o líder como divulgador e componente extremamente primordial tendo a responsabilidade em se fazer da comunicação interna que é a mesma seja presente e atuante. Justificou-se a contribuição dos colaboradores x organização, considerando-se que a maioria das pessoas não sabe comunicar-se. Destacando-se também a figura de gestão de pessoas, com o reconhecimento de que as pessoas englobam o indivíduo como principais parceiros e colaboradores da organização em evidência, que vem a ser o princípio que estabelece em grande soma o nível de desenvolvimento e o ápice das organizações, perante os gestores e colaboradores.

Palavra – chave: Comunicação; Comunicação Interna; Pessoas; Satisfação.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the importance of internal communication in the organization of the branch of Pharmaceutical Laboratory of products to determine their effectiveness and excellence in relation to its commitment, progress and viability of communication, with specific objectives diagnose the most efficient way to the organization in the communication process. It was developed from literature, direct observation and demonstration of the results presented. In research carried out face presented itself as the leading publisher and extremely essential component having the responsibility to make the internal communication that is the same is present and active. Contribution was justified employees x organization, considering that most people do not know to communicate. Highlighting also the people management figure, with the recognition that people include the individual as key partners and organization of employees in evidence, that becomes the principle establishing a large sum the level of development and the apex of organizations, before the managers and employees.

Key Words: Communication; Internal Communication; People; Satisfaction.

¹Graduada em Administração de Empresas, Especialista em Gestão de Negócios, Coordenadora da Graduação dos Cursos de Tecnólogos em RH, Logística e Finanças, Palestrante e Consultora Empresarial, ² Tecnólogo em processamento de dados. Licenciatura Plena em Informática. Especialista em Ciências da computação. Mestre em Sistema de Gerenciamento de Telecomunicações. Doutor em Ciências da Comunicação. Coorientador e Professor Renato N. P. Ávila. ³ e ⁴ Acadêmicos do Curso de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos da Faculdade INESUL.

INTRODUÇÃO

Durante muito tempo, não ouvia falar sobre comunicação nas Empresas. Sabendo que a comunicação nas Organizações é a relação entre ambas, ou seja, pessoas e equipes é preciso que o emissor passe para o receptor a mensagem e que dê uma realimentação comprovando que tenha sido compreendida, uma vez que, nem sempre uma pessoa entendeu a outra, pois comunicação não é algo que possa ser compreendido sempre, já que a mesma pode ser oral e escrita, sendo auxiliados por alguns tipos de recursos visuais, como gráficos, mapas, fotografias ou objetos.

Entretanto as Empresas no Brasil, não se adaptaram a comunicação interna, é preciso rever conceitos para que a mesma seja um fator de sucesso na Organização. No Brasil, comunicação interna não tem tanta importância como em outros países. Tampouco colaboradores e gestores estão motivados para obter informações e transmiti-las com êxito.

A troca de informações e experiências seria de grande valia para todos os membros das Empresas, a participação dos mesmos em todos os níveis hierárquicos da Empresa, está diretamente relacionada à comunicação interna, que, sem dúvida, é a ferramenta estratégica de interesse dos colaboradores e da Empresa através do diálogo.

Justificou-se a relevância do presente artigo que pretende contribuir com os colaboradores da Empresa pesquisada e principalmente com o gestor, levando em consideração que maioria das pessoas não sabe comunicar-se.

O principal objetivo foi o de averiguar se a comunicação interna utilizada na Empresa do ramo de comunicação é eficaz. E os específicos foram: diagnosticar a maneira mais viável para a Organização no processo de comunicação, aumentar a eficácia para que haja um ambiente de trabalho saudável, verificar as falhas perante a comunicação interna da Organização e contribuir para o crescimento da mesma, na comunicação de todos os envolvidos.

Com uma pesquisa de campo, realizada na Empresa pesquisada, o artigo apresenta os resultados feito pelos colaboradores e gestor, apontando o conhecimento que cada um tem sobre o assunto, sugestões, melhorias e quais os meios que a Empresa pesquisada utiliza para a comunicação interna.

DESENVOLVIMENTO

A comunicação hoje requer habilidades de todos os profissionais, principalmente dos envolvidos na área de recursos humanos. Pois os mesmos têm que se comunicar diariamente com as pessoas, entretanto, muitos se julgam bons comunicadores, por saberem falar, se expressar, mas, o mais importante é a opinião do próximo, ter um *feedback* é de suma importância para carreira profissional na área da comunicação. Todavia comunicar-se é tornar algo comum, fazer a pessoa entender, provocar reações no ouvinte “receptor”.

“Toda comunicação é feita por emissor e receptor. Durante o processo, os dois elementos trocam a posição. Conduzir uma conversa não é simplesmente controlá-la ou dominá-la. É posicionar-se e saber o momento de falar e de ouvir,” (PAULA, 2008).

Então, a comunicação se desenvolve a partir de elementos fundamentais, emissor e receptor, canal e mensagem. O objetivo da comunicação interna é assegurar o cumprimento de metas através dos mecanismos de monitoramento e avaliação dentro da Empresa. Toda e qualquer Organização deve conter uma hierarquia de autoridade, uma base sólida de informações e de comunicações, todos os colaboradores, desde o chão de fábrica até o superior deve assumir responsabilidades e se comprometer com a Empresa.

Para que a comunicação seja clara e nítida a todos os receptores da Organização, é necessário que esta mesma comunicação não seja violável, ou seja, que a transmissão dela chegue a todos os envolvidos de forma única. Sem que acrescente ou mais ou menos palavras dentro do que se for transmitir.

Para não gerar vários tipos de entendimento e direcionamento ao que for transmitido, é extremamente necessário que a idéia ou as idéias principais seja bem escrita e expressa através da forma que for utilizada para se transmitir aos interessados.

Essa mesma transmissão de comunicação, sendo objetiva, não deixará dúvidas aos receptores, e os mesmos, se sentirão à vontade em colocá-la em execução, os objetivos expressos nela. Lembrando que o receptor que faz a transmissão, deve ter preparo suficiente para fazê-las, deve realizar um trabalho em equipe junto ao R.H. a área de comunicação da Organização e a direção da Organização. Obtendo assim um maior envolvimento das pessoas envolvidas e dos resultados transformados em objetivos alcançados.

Ruídos da Comunicação

Sabendo que em qualquer processo de comunicação temos os seguintes elementos: emissor, receptor, mensagem, canal de comunicação, ruídos e feedback, é obvio que a comunicação compreende a transmissão de informação e de significados, ou seja, envolve sempre duas pessoas que no caso é o emissor e o receptor, aquele que transmite a mensagem (emissor) e o que recebe (receptor), contudo essa mensagem pode ser sonora, escrita ou visual.

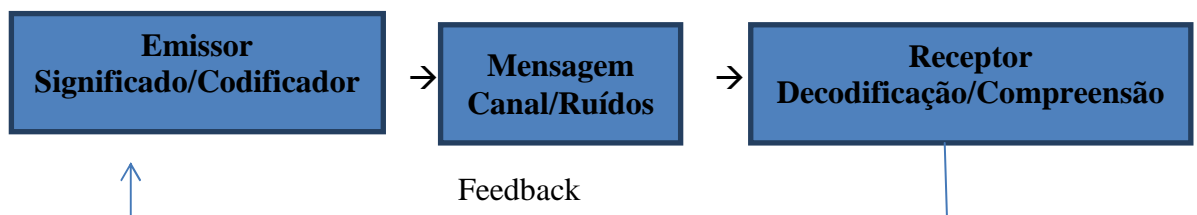
Os ruídos na comunicação, segundo (Gil, 2006), pode se dar através do emissor ou a seu codificador, à transmissão, ao receptor ou a seu decodificador. Para tanto Maximiano relata:

“O processo de comunicação é sujeito a ruídos e interferências, que distorcem a mensagem ou impedem a transmissão e recepção eficazes da informação. Ruído e interferências são: excesso de mensagens que disputam a atenção dos destinatários, desatenção por parte do receptor, dificuldades de expressão ou linguagem incorreta por parte do emissor e ruídos propriamente ditos no ambiente ou nos canais de comunicação”. (MAXIMIANO, 2004).

Ainda nesse contexto de ruídos na comunicação, destacamos os decorrentes do emissor, que está diretamente ligada na clareza das idéias, pois

transmitir um pensamento, uma idéia que está imaginando é comum que a outra pessoa que está recebendo não ira entender, nem sempre as pessoas transmitti e entende com clareza a idéia, mensagem ou pensamento de outra pessoa que é exposto. Assim surgiu a comunicação múltipla, que nada mais é do que as pessoas que tentam falar com as mãos com os pés ao mesmo tempo, ou seja, ninguém entende.

Já Gil (2006), diz que não basta ter idéias claras é necessário codificá-las adequadamente. Na comunicação oral requer-se que o mecanismo da fala possibilite a expressão clara. As idéias do autor levam a um pensamento real, que o comunicador precisa ter cuidado com a tonalidade, altura, timbre e a velocidade da voz para evitar ruídos. Por outro lado, o receio o medo de falar errado faz com que as pessoas se inibam, prejudicando a comunicação uma entre as outras.



Fonte: GIL (2006). Organograma. O processo de comunicação

Os ruídos decorrentes do receptor levam a considerar que as pessoas concentram no que elas ouvem e acham importantes, muitas vezes só dão ouvido ao que elas julgam de grande importância, se desligando da mensagem transmitida ou assuntos que não interessa a elas. Há as pessoas que valorizam a mensagem transmitida, se prepara para fazer uma pergunta, para dar uma opinião, sugestões ou até mesmo um *feedback* ou uma critica construtiva ou não.

A reação da pessoa que está transmitindo a mensagem também é algo de desinteresse, pois a fala, comprometimento, a roupa adequada interfere diretamente na reação dos receptores, dando lhes oportunidade de não

corresponder ao emissor. Para Gil (2006), quando o receptor encara as informações do emissor como acusações ou crítica a ele, suas respostas poderão assumir a forma de autodefesa, caracterizando-se pela justificativa, agressividade, ironia etc.

Em contrapartida os autores possuem o *feedback* que, sem dúvida, tanto o emissor como receptor deve ouvir como garantia da eficácia do processo de comunicação, para saber a que nível está a empresa e seus colaboradores.

Barreiras na Comunicação

Toda a comunicação está sujeita a distorções, omissões e acréscimos. A comunicação pode sofrer ampliações ou desvios, por má transmissão, seja ela do emissor, como dos meios de comunicação, e também pode ser mal interpretada por parte do receptor.

Entretanto todo processo de comunicação tem barreiras que servem de obstáculos à comunicação, assim, podemos distinguir três barreiras à comunicação: barreiras pessoais, físicas e semânticas.

Barreiras Humanas	Barreiras Físicas	Barreiras Semânticas
Limitações pessoais.	Espaço físico.	Interpretação de palavras.
Hábitos de ouvir.	Interferências físicas.	Interpretação do idioma.
Emoções.	Falhas mecânicas.	Translação do idioma.
Percepções.	Ruídos ambientais.	Significado de sinais.
Preocupações.	Distância física.	Significado de símbolos.
Sentimentos pessoais.	Ocorrências locais.	Significado de palavras.
Motivações pessoais.	Canal congestionado.	Decodificação de gestos.
Pouca atenção.	Variáveis da situação.	Sentido das lembranças.
Hábitos pessoais.	Ambiente de trabalho.	Gíria e expressões populares.

Fonte: CHIAVENATO (2010). Tabela. Barreiras da Comunicação.

Tipos de Comunicação

A comunicação deve ser objetiva, clara e sucinta para o emissor que vai desenvolvê-la, e para quem a recebe, o receptor. O emissor tem que ter já em mente a importância e a clareza das mesmas antes de transmiti-las e comunicá-las. Levando em consideração que a comunicação, quanto mais for analisada e trabalhada a informação a passar, mais acessível ela será.

Segundo (Stoner e Freeman, 1999), são quatro os fatores que podem influenciar na excelência da comunicação nas Organizações, sendo esses os fatores: canais formais da comunicação, estrutura de qualidade, especialização do trabalho e a prioridade da informação.

Referente aos canais formais da comunicação, eles influenciam na excelência da comunicação de duas formas: primeiramente, esses canais cobrem uma distância cada vez maior à medida em que as Organizações crescem e se desenvolvem. Para que se atinja eficazmente a comunicação dentro de uma grande Organização, é muito mais árduo do que em uma Organização de porte menor.

E segundo, os canais de comunicação tende a inibir o fluxo livre das informações entre todos os setores da Organização. Exemplo: um colaborador do setor de segurança de uma Organização comunicará problemas do seu trabalho ao seu supervisor e jamais ao gerente.

Quanto a Estrutura de Autoridade: identifica-se que as diferenças hierárquicas auxiliam a mostrar quem irá comunicar-se com quem. O contexto e prioridade da comunicação são sempre comprometidos pela diferença existente de autoridade. Já a especialização do trabalho, ou seja, a forma em que é feito a divisão das tarefas ou trabalho em ações referentes a cada grupo, vem facilitar a comunicação entre esses mesmos grupos.

É possível utilizar de várias formas para nos comunicarmos e nos fazermos entender com as pessoas. Utilizando-se da comunicação verbal e não verbal. A comunicação verbal é difundida pela palavra e efetivada por escrito e também tem que ser devidamente documentada. Enquanto a

comunicação não verbal se dá pela troca de sinais, olhares, gestos, pela postura apresentada corporalmente e mímica.

Podendo citar também a comunicação oral, a qual é feita através das ordens, conversas, pedidos, debates, discussões, reuniões etc. Outra fonte importantíssima e contemporânea de comunicação, que não pode-se deixar de mencionar é a Internet. Cujas fontes nos dias de hoje, se tornou imprescindível para a comunicação nas maiores e mais estruturadas Organizações assim como num todo na vida de todas as pessoas.

Sabendo que essa pode ser utilizada como forma de Intranet, dentro das Organizações, o que levará todas as informações necessárias e coerentes, a todos os setores e colaboradores envolvidos na Organização.

METODOLOGIA

A pesquisa realizada envolveu o método de pesquisa de campo que é o levantamento e a coleta de dados, que é uma tarefa cansativa e toma mais tempo do que espera. Exigem dos pesquisadores paciência, perseverança e esforço pessoal, além do cuidado do registro dos dados, e de um bom preparo anterior.

O universo da presente pesquisa foi à Empresa pesquisada, na região da cidade de Londrina – PR, que atua na área farmacêutica. A amostra foi não probabilística, composta por oito colaboradores e um gestor que atua no setor de comunicação da Empresa.

O instrumento de coleta de dados foi composto por um questionário de 6 questões abertas aplicado aos colaboradores e um questionário composto por sete questões abertas aplicado ao gestor.

ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS LEVANTADOS

A apresentação da pesquisa realizada assistiu nove colaboradores de

dez escolhidos na Empresa, situada na região de Londrina/Paraná, o que nos dá uma apresentação de 90% do total de colaboradores aos quais foram divulgadas as seguintes enquetes: 1) Para você o que é comunicação? 2) Quais os tipos de comunicação que você conhece em sua Empresa? 3) Você identifica falta de comunicação no seu ambiente de trabalho? 4) Como você melhoraria a comunicação no seu ambiente de trabalho? 5) Qual a finalidade da comunicação dentro da Organização que você trabalha? 6) As reuniões são produtivas? ()Sim ()Não. Por quê? 7) Como são repassadas as informações das reuniões para os subordinados? Sendo essa última enquete de resposta exclusiva a supervisão.

Os colaboradores receberam as enquetes e tiveram, dentro do prazo de uma semana, estabelecida entre 03/11/2014 a 07/11/2014, montar suas respostas e entregá-las, com o intuito de que a pesquisa fosse adiante.

Do campo das respostas, podem ser complementadas as seguintes expressões de pensamentos: Do total das nove respostas obtidas foi verificado na primeira enquete nove respostas pontuaram a comunicação como uma forma de expressar, transmitir e receber conhecimentos, o que representa 100% do total das respostas dadas.

A serem indagados sobre quais tipos de comunicação compreendem um total de nove colaboradores relacionam diretamente os meios e formas de comunicação através dos já existentes, verbal, não verbal, comunicados, Intranet, reuniões e feedbacks, o que representa 100% das respostas recebidas.

Indagados os colaboradores identificam a falta de comunicação no seu ambiente de trabalho, do total de nove colaboradores, os mesmos não identificaram nenhum problema no seu local de trabalho, o que representa 100% dos entrevistados.

Foi perguntado aos colaboradores, como melhorariam a comunicação no seu ambiente de trabalho, pelo total de nove colaboradores responderam que não há melhorias a serem feitas, o que representa 100% desses entrevistados.

Quando abordados em relação à finalidade da comunicação dentro da Organização que trabalham, de uma soma de nove colaboradores que responderam, esses apontam as finalidades alcançadas, o que mostra 100% das respostas.

Foi perguntado se as reuniões são produtivas, sim ou não e por quê? Ambos explicitaram sua satisfação, o que demonstra mais uma vez 100% desses colaboradores.

Na questão da supervisão onde foi questionado como são repassadas as informações das reuniões aos subordinados, a mesma respondeu que são repassadas diariamente.

Os entrevistados foram unânimes ao responderem todas as enquetes e declararem satisfatoriamente em suas respostas de que a Organização pesquisada não apresenta falhas e nenhum problema em sua comunicação e as formas que são utilizadas para o exercício e aplicação da mesma.

CONCLUSÃO

A comunicação hoje é um fator crucial para o bom desenvolvimento dentro da Organização, e, visando este aspecto, a Organização pesquisada, aborda esta ação como prioridade para que sua marca e qualidade estejam sempre dentro do mercado como nível de satisfação e excelência, tanto para seus clientes, colaboradores e sua própria satisfação comercial também.

E respondendo aos objetivos propostos, essa mesma Organização pesquisada, se aplica dentro de capacitação e desenvolvimento de seus colaboradores, para que essa comunicação esteja sempre como objetivo em sua qualidade dentro da visão da organização como prioridade.

O artigo demonstra que na Empresa pesquisada do porte desta multinacional com mais de 125 anos de história. Fundada na Alemanha em 1886, levando em consideração o que representa sua marca sempre buscou investir internamente em seu grupo, sendo um desses seus investimentos a comunicação. Fator para essa Organização pesquisada, que considera a comunicação interna como sinônimo de credibilidade e centro de excelência em desenvolvimento da comunicação entre seus colaboradores.

Por toda sua preocupação em se manter no mercado, direciona-se muito no seu desenvolvimento e crescimento, através da comunicação. O que a levou ao 6º lugar no nível de excelência em que produz falando-se de Brasil, e no ranking mundial apresenta-se em 2º lugar.

Atualmente nas Organizações a comunicação possui grande valia e afeta diretamente o desempenho dos colaboradores, portanto uma informação passada de forma adequada e clara resultará em uma atividade bem executada com uma comunicação objetiva e eficiente em todos os setores. E tudo isto conseqüentemente será revertido em troca de informações corretas, e eliminará o maior número possível de falhas e deficiências dentro da Empresa pesquisada. As questões foram analisadas, com propostas e sugestões de melhorias.

Confirmando o exposto acima (Chiavenato, 2000) "Comunicação é o processo de transmitir a informação e compreensão de uma pessoa para outra. Se não houver esta compreensão, não ocorre à comunicação, se uma pessoa transmitir uma mensagem, e esta não forem compreendidas pela outra pessoa, a comunicação não se efetivou".

A comunicação utilizada na Empresa pesquisada falando-se em um nível geral, e direcionando-a para a comunicação interna, não apresenta nenhum tipo de falha, ou seja, por gerenciamento de cada setor. Apresentou-se a utilização de uma enquete qualitativa, as quais os colaboradores compreendem e tem conhecimento sobre a Comunicação Interna dessa Organização pesquisada.

Ressaltou-se o diagnóstico apresentado neste estudo, que a comunicação nessa Organização, quando focada aos seus colaboradores internos, se apresenta como um fator essencial no crescimento e desenvolvimento desta Organização. Tem a preocupação em suprir diariamente toda e qualquer necessidade seja ela dos colaboradores, ou dos grupos ou as equipes que a assistem.

A palavra emissora e receptora é sinônima (o) que são altamente valorizadas dentro dessa Organização pesquisada, pois através desses dois canais, é que se propaga toda sua comunicação. São realizadas frequentemente reuniões, onde os colaboradores são ouvidos e tem toda a liberdade de expressar seus sentimentos e opiniões sobre a Organização e o que for abordado nessa Organização. Deixando claro assim, a transmissão de todas as idéias e informações entre todos os membros dessa Organização pesquisada.

Através de suas reuniões, workshops, encontros e debates, essa mesma Organização pesquisada, torna-se transparente para apresentar suas habilidades para que a comunicação seja altamente eficaz. Nesses encontros, são apresentados os pontos de vistas dos colaboradores ao tema relevante, e suas opiniões para o desenvolvimento e a liberdade para junto traçarem estratégias para chegar aos objetivos esperados.

Todos os colaboradores têm livre disposição para contribuir, para que a comunicação seja sempre amplamente divulgada entre todos os setores da mesma. Esses meios de comunicação acontecessem semanalmente com todos os colaboradores, não somente para apresentar anúncios e planos traçados, mas também para serem feitas as apresentações dos resultados finais dos outros encontros, assim como para parabenizar e identificar toda a equipe por sua persuasão em fazer e darem sempre de si o melhor para essa Organização.

São esses meios que a Organização utiliza, para estar sempre atrelada com seus colaboradores e deixando-os avisados de todas as decisões

tomadas e apresentadas sempre com sua participação, considera-se um gesto de somar, argumentar e solucionar problemas de ordem comum, exercitando de maneira coletivamente os problemas de uma equipe ou de um grupo presente na organização.

Quando necessário essa Organização pesquisada, além de seus encontros periódicos que já são estabelecidos, também se preserva a se encontrar mais reservadamente com seus colaboradores. O que fortalece mais ainda seu comprometimento e envolvimento com seus colaboradores e a organização também. A Organização pesquisada por ter em sua comunicação um fator importante dentro do seu desenvolvimento e crescimento, sempre está aberta a mudanças, pois tem a consciência e o comprometimento com a mesma, de maneira em que nunca polarize a informação, mas sempre transmita e a receba.

Todos esses fatores até agora destacados, faz se lembrar, que a Organização pesquisada tem a visão de perceber que a comunicação se faz importante, pois seus clientes são exigentes, quando não satisfeitos expõe seu descontentamento, pelas redes sociais ou por outros canais de reclamação. O que viria a gerar para a Organização uma grande repercussão muito maior, ou seja, situação que não é viável a Organização. Por isso tem em seu perfil, a preocupação de manter a comunicação sempre nítida, clara e objetiva a se transmitir.

A Empresa pesquisada possui dentro de suas instalações, um local direcionado para acontecer eventos, o qual é denominado processo de integração. Esse mesmo evento acontece todas as vezes que a Organização contrata novos colaboradores, e através desse processo de integração, interage os novos colaboradores e com toda a Organização e colaboradores de diversos setores, utilizando-se de seus meios de comunicação e mostrando-os a importância e impacto da mesma para a Organização e colaboradores.

Ao analisar a percepção dos colaboradores dessa Organização pesquisada sobre comunicação interna, conclui-se que a metodologia utilizada

por essa mesma Organização pesquisada vem de encontro a todos seus colaboradores pelos métodos utilizados para se ampliar e se fazer divulgar a mesma internamente. A pesquisa mostrou que a organização e seus colaboradores andam juntos e alinhados em busca de uma mesma pontuação, a eficácia de sua transmissão de comunicação interna. Observamos que essa mesma Organização sempre está disponível a rever se preciso for, sua maneira em que dispõe de sua comunicação interna e se necessário fazer reavalia novamente para sempre manter sua comunicação em nível satisfatório.

Conclui-se que o fator comunicação interna é extremamente importante e altamente estratégico, a qual é valorizada e imensamente reconhecida, para seu crescimento e sustentabilidade. Essa operação apresenta-se continuamente, e se faz na responsabilidade dos gestores e os demais envolvidos, ressaltando sempre que os seus colaboradores são de presença sumariamente importante, para o sucesso dessa Organização, de forma que estão sempre a trabalhar e estimular suas equipes, pois essas se sentem valorizadas e promovem o resultado final da Organização, ou seja, o alcance de seus objetivos.

Identificou-se que a Organização pesquisada e os seus colaboradores exercitam seu trabalho em perfeita sintonia, assim os mesmos se identificam como parte dela e valorizam e se apresentam engajados pelo relevante significado da comunicação interna que vivem diariamente como fator estratégico da Organização.

Percebeu-se que essa Organização pesquisada conduz a administração estratégica como parte de sua cultura e vivência, desfazendo-se da linha de raciocínio de uma gestão centralizadora, no qual se varre desse processo de definição de estratégias o público interno. Foi concluído que dentro da Organização pesquisada a Comunicação Interna, só acontece de forma de satisfação a um resultado de 100%, devido prioridade que está mesma Organização se dá a este canal, que se apresenta de forma abrangentemente inovadora e eficaz.

Visualizando todos os seus colaboradores como principal fonte de comunicação, os quais têm toda e total liberdade e disponibilidade para interagirem e se comunicarem dentro desse processo contínuo. Essa Organização não trabalha com nenhum tabu e nem com nenhuma apresentação de paradigmas, pois esse termo para essa Organização pesquisada é inexistente.

Destaca-se nessa Organização pesquisada seu comprometimento com a comunicação interna, como um visual atualizado e contemporâneo, onde todos os colaboradores são presentes e participativos dentro da Organização. Portanto para ter uma empresa como modelo é preciso ser eficiente e ter colaboradores eficientes, segundo Stoner, Eficiência é a capacidade de minimizar o uso de recursos para alcançar os objetivos da organização, para Drucker (apud STONER, 1999, p. 136). Eficiência é “fazer as coisas certas”. (STONER 1999).

Sugerimos também para a organização que sempre necessário ou futuramente pode-se utilizar de planejamento estratégico, utilizando a análise *swot*, onde a empresa sempre fará as pesquisas, dos pontos fortes e fracos, fraqueza e ameaças da empresa o que chamamos de fofa.

Assim finalizando, com toda a máxima certeza, a Comunicação Interna é extrema e essencialmente, vista e deve ser trabalhada e aplicada como um instrumento estratégico, onde a Organização absorve seus benefícios e paralelamente acrescenta-se o sucesso almejado dessa Organização pesquisada.

Foi sugerido que a Empresa pesquisada, para se manter neste patamar de comunicação interna, faça como sempre tenha feito, ou seja, busque sempre sua melhora contínua acompanhando os processos inovadores e tecnológicos, pois assim não perderá sua posição no ranking, de sua atividade que a mantém ao 6º lugar no nível de excelência em que produz falando-se de Brasil, e no ranking mundial apresenta-se em 2º lugar de competição dentro do seu ramo de atividade.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto – **Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004, 4º reimpressão.

—————, Idalberto – **Comportamento Organizacional**. 2º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, 3º reimpressão.

—————, Idalberto – **Introdução à teoria geral da administração**. 8º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

—————, Idalberto – **Administração de Recursos Humanos: fundamentos básicos**. 5º ed. São Paulo:Atlas, 2003.

—————, Idalberto – **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

FOWLER, Alan – **Negocie, influencie e convença**. Nobel 2000. São Paulo. Tradução Maria Lucia Leite Rosa.

GIL, Antonio Carlos. – **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. 1º Ed. 6º reimpressão. São Paulo. Atlas 2006.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Teoria Geral da Administração: Da Revolução Urbana à Revolução Digital**. 6º ed. São Paulo: Atlas S/A. 2010.

STONER, James A. F, Freeman, R. Edward. **Administração** - tradução Alves Calado. 5ed. Rio de Janeiro:1999.

Exame. Ed.1070, ano 48, nº14. **Gestão: a moda agora é a empresa sem chefe**. Disponível em: <<http://www.exame.com>> Acesso em 28 de Novembro,2014.