

A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL EM UMA EMPRESA NO RAMO DE BRINQUEDOS, ARTIGOS DE FESTAS E FANTASIAS, EM PALMAS-TO

Wekisilei Pereira de Lima¹

Weder Ferreira dos Santos²

Claudia Nolêto Maciel Luz³

Layanni Ferreira Sodré⁴

RESUMO

A comunicação é a peça essencial das empresas. Ela possibilita que informação e conhecimentos sejam compartilhados entre as pessoas. Esse processo acontece quando a mensagem emitida pelo emissor chega ao seu destino de forma compreensível e correta. Este estudo tem como objetivo analisar o processo de comunicação interna em uma empresa no ramo de brinquedos, artigos de festas e fantasias. A pesquisa foi realizada em uma empresa, na cidade de Palmas-TO, no mês de outubro de 2014. Contou com a participação de 81% dos funcionários da respectiva entidade. Cada participante respondeu um questionário com 13 perguntas fechadas. Os resultados mostraram que uma boa comunicação é importante para o relacionamento dos colaboradores, trazendo benefícios para a organização, melhorando a rotina do trabalho, a qualidade e a produtividade na empresa. Palavras-chave: Administração, organização, processo de comunicação.

ABSTRACT

Communication is the essential piece of the companies. It enables information and knowledge to be shared between people. This process occurs when the message sent by the sender arrives to your destination understandable and correctly. This study aims to analyze the internal communication process a company in the business of toys, articles for parties and costumes. The survey was conducted in a company, in Palmas-TO, in October 2014. The research involved the participation of 81% of the respective entity's employees. Each participant answered one questionnaire with 13 closed questions. The results showed that good communication is important for relationship of employees, bringing benefits to the organization, improving the work routine, quality and productivity in the company.

Keywords: administration, management, organization.

1. Acadêmico do Curso de Administração da Faculdade ITOP.

2. Graduação em Administração e em Engenharia Agrícola pelo CEULP/ULBRA, Especialista em Engenharia de Segurança do Trabalho pela UEM, Mestre em Agroenergia pela UFT. Doutorando em Biodiversidade e Biotecnologia pela rede UFT/BIONORTE. Professor do ITOP, Professor Substituto do IFTO e Professor da Faculdade Católica do Tocantins.

3. Professora do Curso de Administração da Faculdade ITOP.

4. Mestranda em Agroenergia/UFT.

Introdução

A comunicação pode ser realizada a partir de diversos meios e formas em um grupo ou organização. Essa comunicação se baseia na transmissão de uma determinada informação pelo emissor, que se constitui o principal responsável no ato da comunicação, já que, em algum momento, emite uma mensagem ou informação para outras pessoas, as quais são denominadas receptores ou destinatários (CHIAVENATO, 2010).

Se as pessoas de uma organização comunicam-se eficazmente, os processos organizacionais de comunicação tendem a ser eficazes também (MAXIMIANO, 2012). A comunicação promove mudanças que podem ser direcionadas positivamente ou não (PRETTO, 2000).

No trabalho do administrador, cerca de 70% a 80% do seu tempo é despendido em comunicação: é o tempo a que se dedica a ler e interpretar relatórios, cartas, telefonemas, e-mails, além de participar de reuniões, trabalhos em equipe, ouvir pessoas e, é claro, falar, escrever, decidir, esclarecer, lembrar, orientar, reforçar etc. Tudo isso é comunicação. Tudo isso ocupa a maior parte de seu tempo (CHIAVENATO, 2010).

Outro fator importante no processo de comunicação (figura 1) é a percepção do indivíduo. Toda pessoa tem uma maneira própria de perceber a realidade (TOMASI & MEDEIROS, 2007).



Figura 1. O processo de comunicação (CHIAVENATO, 2010).

O primeiro passo para iniciar o processo de comunicação (Figura 1), seja por uma pessoa, grupo ou uma organização, também pode ser chamado de fonte ou de origem.

O emissor que inicia o processo e a mensagem pode transmitir informações, atitudes, comportamentos, conhecimentos ou alguma emoção ao destinatário. Conforme Koontz (2009), a comunicação começa com um pensamento ou uma ideia do emissor, a qual, em seguida, é codificada de maneira que possa ser compreendido pelo emissor e pelo receptor.

O transmissor (Figura 1) codifica ou translada a ideia ou significado através de meios verbais, escritos ou não verbais (como símbolos, sinais ou gestos) ou a partir de uma combinação dos três (CHIAVENATO, 2010).

O canal (Figura 1) é o meio que existe fora do comunicador e que pode ser percebido por todos. O cardápio de opções para escolha do melhor veículo para cada mensagem nunca foi tão grande e variado (CHIAVENATO, 2010).

O receptor (Figura 1) é a pessoa que recebe a mensagem do emissor (STONER & FREEMAN, 1999). O ruído se situa entre a emissão e a recepção da mensagem podendo distorcê-la. O ruído, portanto, não faz parte nem do emissor nem do receptor, mas é dever do emissor amenizá-lo para garantir a eficácia da comunicação (MONTANA & CHARNOV, 2003).

A Empresa

A empresa foi fundada em 1989, na cidade de Porto Nacional-TO, com propósito de atender à cidade. Foi transferida para Palmas em 1992 sendo a primeira loja de brinquedos da cidade, cujo início ocorreu com, aproximadamente, quinhentos itens. Em outubro de 2014 a loja contava com mais de doze mil itens, tornando-se também a primeira empresa a decorar festas infantis em Palmas, fazendo com que seu nome se fortalecesse mais na capital. Hoje se tornou referência em artigos festas.

Quanto ao número de funcionários, no

começo havia apenas uma colaboradora, depois mais outra, e outra e, em outubro de 2014, a loja contava com 16 colaboradores, cada um com seus respectivos cargos que vão desde o de repositor, estoquista, empacotador, caixa, vendedores, auxiliar de escritório além de gerente. A empresa busca uma comunicação eficaz. O presente artigo tem como objetivo analisar o processo de comunicação interna utilizados na empresa no ramo de brinquedos, artigos de festas e fantasias na cidade Palmas, estado do Tocantins.

Aspectos da Pesquisa

A metodologia é o meio que o pesquisador utiliza para conhecer a real situação, e assim, fundamentar suas decisões durante a realização do trabalho científico. A pesquisa pode ser definida como um procedimento formal, com métodos de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para se conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais (LAKATOS & MARCONI, 2006).

O presente trabalho tem como foco analisar os fatores que influenciam a comunicação interna de uma empresa no ramo de brinquedos, artigos de festas e fantasias na cidade de Palmas, tendo como base a classificação de Vergara (2007), que apresenta dois aspectos à pesquisa: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, pode-se considerar exploratória e descritiva. Exploratória, pois busca fazer um levantamento bibliográfico sobre a comunicação interna para melhor compreensão. Já a descritiva, procura identificar os fatores que influenciam a comunicação interna através de questionários averiguando os fatos recorrentes ao mesmo, a fim de solucionar os problemas encontrados (GIL, 2007).

A pesquisa em questão tem como população 16 funcionários devidamente ativos na empresa. A aplicação dos questionários foi realizada no mês de outubro de 2014. O estudo teve uma amostragem 81% dos funcionários pesquisados. Foram aqueles acessíveis na realização do estudo.

Com a finalidade de avaliar os fatores que influenciam a comunicação interna, o pesquisador elaborou como instrumento de pesquisa, questionários contendo perguntas fechadas de múltipla escolha, de forma clara e objetiva, para coleta de dados. Os questionários foram aplicados na empresa, com data e horários marcados pela direção da empresa, de forma a não prejudicar as atividades dos funcionários.

A pesquisa foi realizada por meio de questionários, no mês de outubro de 2014, com 13 funcionários da empresa, ou seja, 81% dos empregados ativos, deixando-lhes à vontade para responderem. O questionário utilizado para coleta de dados com 13 perguntas fechadas. O estudo do questionário levou-se em conta o percentual das respostas dos funcionários em cada questão, demonstrados através de gráficos.

Análise da comunicação organizacional

Através do questionário contendo as 13 questões, os dados foram coletados para a presente pesquisa, as informações ocorreram pela forma de tabulação manual, em que todas as perguntas são fechadas, tratados de forma estatística e representadas através de percentuais expressando consistência. O tratamento desses dados foi feito por meio do programa Microsoft Excel 2010.

A partir da realização de uma entrevista com 13 funcionários, constatou-se que 22% dos funcionários são do sexo masculino e 77% do sexo feminino.

Quanto a faixa etária dos funcionários, a maioria está entre 18 a 29 anos (54%) e entre 30 a 49 anos (46%). Nesse contexto, observa-se que grande parte dos funcionários é composta por profissionais jovens no mercado de trabalho.

Quanto ao grau de escolaridade, 85%, possuem o ensino médio, e 15% já concluíram o ensino superior. Por ser a maior parte de jovens entre 18 a 29 anos, o grau de escolaridade da maior parte do quadro de colaboradores é do

ensino médio.

Quanto ao tempo de trabalho dos funcionários na empresa, observa-se que 54% trabalham na empresa há menos de 2 anos, o que pode ser considerado pouco tempo. E ainda: 23% está na empresa de 3 a 5 anos. E, por último, desse total, 8% são funcionários há mais de 5 anos.

O setor de trabalho ocupado pelos funcionários na empresa está distribuído de forma que 55% dos funcionários estão nas vendas, 15% no administrativo, 15% no caixa e 15% depósito.

O grau de satisfação do relacionamento entre os colaboradores na empresa foi classificado bom com 54%, 23% para ótimo e 23% regular. Com o índice de 77%, conclui-se que o grau de satisfação entre os colaboradores é satisfatório e promissor, por se tratar de uma empresa em que a maioria de seus funcionários a integra há pouco mais de dois anos. O grau de relacionamento e comunicação dos participantes foi de ótimo (23%), bom (69%) e regular (8%) respectivamente (Figura 2).

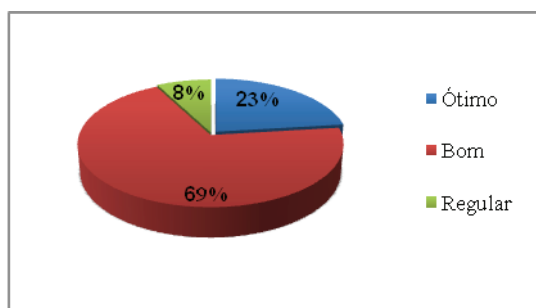


Figura 2. Grau de satisfação da comunicação interna da empresa.

Ainda que a empresa tenha obtido um bom resultado nas pesquisas, uma empresa sempre estará suscetível a falhas na sua estrutura de comunicação, devido a problemas na eficácia dos canais escolhidos para transmissão da mensagem ou até mesmo por causas dos ruídos que podem existir nesse processo.

Quanto ao nível que as orientações são repassadas dos superiores para os colaboradores (Figura 3), 38% dos colaboradores informaram serem boas as informações repassadas a eles

pelos seus superiores, e 31% dizem ser ótimas. Entretanto, a mesma porcentagem de 31% respondeu como regular.

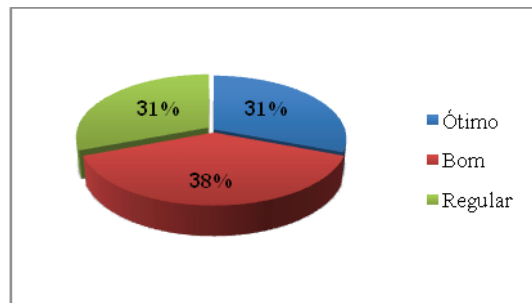


Figura 3. Nível que as orientações são repassadas dos superiores para os colaboradores.

Com esse resultado não satisfatório para organização, pode-se entender, através da Figura 3, que ainda falta uma boa comunicação entre superiores e seus colaboradores. Essa falha pode ocorrer em consequência da forma escolhida anteriormente para a transmissão da mensagem, visto que nem sempre o método usado para determinado colaborador trará os mesmos resultados tão eficazes para outro, já que cada empresa possui em si um conjunto de deficiências e características únicas que devem ser analisadas e levadas em conta, na hora de decidir qual será o melhor método para estabelecer uma comunicação interna excelente.

A ausência deste prévio estudo na escolha do melhor meio de comunicação a ser utilizado acaba gerando uma insatisfação entre os demais funcionários perante os seus superiores.

Quanto ao entendimento das informações recebidas dos superiores (Figura 4), 69% entendem por completo, 23% entendem parcialmente e 8% diz serem incompletas as informações. Esse resultado provém em grande parte da maneira em que os superiores se comunicaram com os colaboradores, eles devem estar atentos às individualidades e peculiaridades de cada colaborador de maneira singular para que utilizem o meio que trará o melhor resultado com base nas deficiências e dificuldades enfrentadas por cada colaborador.

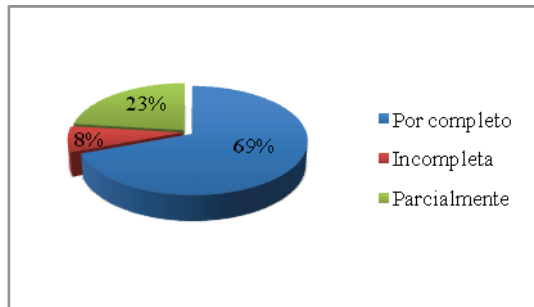


Figura 4. Entendimento das informações recebidas dos superiores.

Quanto às formas de comunicação existentes na empresa, 67% diz ser suficientes o processo de informação, e 33% não concorda com as formas de comunicação da organização.

Esse resultado depende muito da maneira como os superiores se comportam para transmissão da comunicação, por se tratar de várias pessoas diferentes sempre poderá haver uma pequena parcela do quadro de colaboradores que não vai estar satisfeita com o processo da organização por ter certas dificuldades de entendimento.

Quanto ao melhor meio de comunicação para os colaboradores, a comunicação direta (67%) foi considerada o melhor meio de comunicação para a organização, elegendo melhor meio as reuniões (33%). Isso ocorre justamente porque algumas pessoas acreditam que no momento da comunicação a abordagem direta de uma maneira pessoal é a melhor opção, enquanto outras acham que a mensagem pode ser mais bem transmitida quando se cria um ambiente de debate em conjunto com os demais colaboradores.

Quanto à importância da comunicação para organização e para os colaboradores, com 100% dos pesquisados consideram a comunicação interna importante tanto para a organização quanto para os colaboradores. Por esse fato é necessário comunicar a todos os colaboradores quais os objetivos e resultados alcançados na organização. O relacionamento entre os colaboradores fica mais harmonioso com a comunicação, já que promove um ambiente

melhor para conviver.

Sobre o grau de entendimento sobre comunicação interna (Figura 5), 42% entende que comunicação é o repasse de informações da empresa para os colaboradores, 33% acredita que comunicação é todo tipo de informação que ocorre dentro da empresa, 8% acha que é a comunicação entre colegas dentro da organização e 17% não tem conhecimento sobre o que é comunicação interna. A definição de comunicação interna acontece devido ao grau de conhecimento e escolaridade de cada funcionário a respeito deste tema.

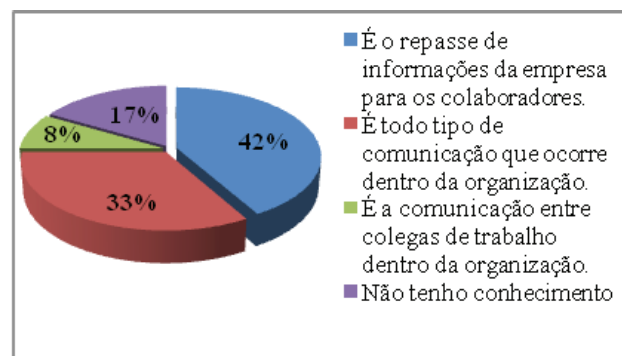


Figura 5. O grau de entendimento dos colaboradores sobre comunicação interna.

Conclusões

1. Existe uma insatisfação quanto às relações interpessoais com a chefia, não tendo liberdade para emissão de opiniões, dúvidas e/ou sugestões.
2. O melhor meio de comunicação, os funcionários consideram a comunicação direta.
3. Todos pesquisados consideram a comunicação interna importante tanto para a organização quanto para os colaboradores.
4. Ressalta-se que há necessidade que a chefia responda toda e qualquer opinião (sugestão ou reclamação) dos funcionários, mesmo que seja para informar o porquê de a empresa não poder aceitar ou atender às reivindicações.

Referências

CHIAVENATO, I. **Comportamento Organizacional**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KOONTZ, H. **Administração: uma perspectiva global e empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 2009.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2006.

MAXIMIANO, A. C. A. **Fundamentos de Administração: Manual compacto para as**

disciplinas TGA e introdução à administração. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MONTANA, P.; CHARNOV, B. H. **Administração**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

PRETTO, C. B. M. **A auto-organização do sistema cultural sindical, através do processo comunicacional negocial**. Manaus: 2000. (XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação).

STONER, J. A. F.; FREEMAN, R. E. **Administração**. 5.ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

TOMASI, C.; MEDEIROS, J. B. **Comunicação empresarial**. São Paulo; Atlas, 2007.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatório de pesquisa em administração**. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

