

Reestruturando a comunicação interna: mais transparência, adesão e eficiência para a preta distribuidora

Restructuring internal communication: more transparency, adherence and efficiency for the preta distribution company

Reestructuración de la comunicación interna: más transparencia, adhesión y eficacia para la empresa de distribución preta

DOI: 10.54033/cadpedv21n10-070

Originals received: 09/04/2024

Acceptance for publication: 09/24/2024

Amanda Assunção de Lima

Graduando em Administração

Instituição: Centro Universitário Fametro

Endereço: Manaus, Amazonas, Brasil

E-mail: amandassunolima@gmail.com

José Carlos Alves Roberto

Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

Instituição: Centro Universitário Fametro

Endereço: Manaus, Amazonas, Brasil

E-mail: jose.roberto@fametro.edu.br

José Roberto Lira Pinto Junior

Mestre em Engenharia Industrial pela Universidade do Minho, Revalidado pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

Instituição: Centro Universitário Fametro

Endereço: Manaus, Amazonas, Brasil

E-mail: robertojunior72@gmail.com

RESUMO

A comunicação é algo indispensável em uma organização, tendo isso em mente, o presente artigo visa propor uma significativa melhora na comunicação interna da Preta Distribuidora, empresa de pequeno porte localizada na cidade de Manaus-AM. A organização tem como objetivos gerais: implementação de processos de comunicação eficaz, treinamento aplicado para as atividades alcançando melhores qualificações, desenvolvimento dos colaboradores com os colegas de trabalho, buscando um melhor ambiente organizacional, visto que, uma empresa que possui boa comunicação entre os colaboradores, produz

melhores resultados, através das novas implementações que visam utilizar ferramentas organizacionais que otimizem a comunicação dos gestores com os colaboradores. A organização implementou Departamento de Relações Públicas, um otimizado sistema de Endomarketing, Ferramenta Bizagi para melhor gestão dos processos, Intranet e o uso de comunicação formal, buscando sempre um feedback dos líderes com os colaboradores. Com esses novos recursos, o resultado tem sido significativo na organização, havendo melhor desempenho e permitindo que os colaboradores fiquem motivados a darem seu melhor, pois serão reconhecidos na área em que atuam. Esta pesquisa abordou temas como: tipos de comunicação informal e formal, comunicação interna e externa. Buscando as melhores soluções para impulsionar o crescimento da organização.

Palavras-chave: Estratégia de Comunicação Interna. Eficácia. Organização. Comunicação. Gestão do Conhecimento. Gestão de Pessoas.

ABSTRACT

Communication is essential in an organization, with this in mind, this article aims to propose a significant improvement in the internal communication of Preta Distribuidora, a small company located in the city of Manaus-AM. The organization's general objectives are: implementation of effective communication processes, training applied to activities achieving better qualifications, development of employees with co-workers, seeking a better organizational environment, given that a company that has good communication between employees, produces better results, through new implementations that aim to use organizational tools that optimize communication between managers and employees. The organization implemented a Public Relations Department, an optimized Internal Marketing system, Bizagi Tool for better process management, Intranet and the use of formal communication, always seeking feedback from leaders to employees. With these new resources, the result has been significant in the organization, with better performance and allowing employees to be motivated to do their best, as they will be recognized in the area in which they work. This research covered topics such as: types of informal and formal communication, internal and external communication. Looking for the best solutions to drive the organization's growth

Keywords: Internal Communication Strategy. Effectiveness. Organization. Communication. Knowledge Management. People Management.

RESUMEN

Con esto en mente, este artículo tiene como objetivo proponer una mejora significativa en la comunicación interna en Preta Distribuidora, una pequeña empresa ubicada en la ciudad de Manaus-AM. Los objetivos generales de la organización son: implementar procesos de comunicación eficaces, capacitación aplicada a las actividades para lograr mejores calificaciones, desarrollo de los empleados con los compañeros de trabajo, buscando un mejor ambiente organizacional, ya que una empresa que tiene una buena comunicación entre los empleados produce mejores resultados, a través de nuevas implementaciones que tienen como objetivo utilizar herramientas organizativas

que optimicen la comunicación de los directivos con los empleados. La organización ha implementado un Departamento de Relaciones Públicas, un sistema de Endomarketing optimizado, la herramienta Bizagi para una mejor gestión de los procesos, una Intranet y el uso de la comunicación formal, buscando siempre la retroalimentación de los líderes y empleados. Con estos nuevos recursos, el resultado ha sido significativo en la organización, con un mejor desempeño y permitiendo que los empleados estén motivados para dar lo mejor de sí, ya que serán reconocidos en el área en la que trabajan. Esta investigación abarcó temas como: tipos de comunicación informal y formal, comunicación interna y externa. Buscando las mejores soluciones para impulsar el crecimiento de la organización.

Palabras clave: Estrategia de Comunicación Interna. Eficacia. Organización. Comunicación. Gestión del Conocimiento. Gestión de Personas.

1 INTRODUÇÃO

Com base no artigo feito na área de Recursos Humanos, foi detectado uma grande dificuldade na área de comunicação interna da empresa, uma boa proposta de intervenção será necessária para promover melhores resultados e engajamento entre os colaboradores da organização.

Justifica-se que para ter uma boa comunicação na Preta Distribuidora, é necessário uma boa gestão e implementação de Endomarketing, intranet e outros recursos, evidenciando a deficiência e a necessidade de melhorias que a empresa busca selecionar na sua comunicação interna, foram identificados pontos fracos no setor de Recursos Humanos da empresa, o que tem dificultado no desempenho dos colaboradores.

Através disto, reconhece-se que uma boa comunicação é algo de extrema importância para bons resultados em uma organização, sendo uma ferramenta estratégica nas empresas, por ser um dos pilares fundamentais. Buscando isso, a Preta Distribuidora fez mudanças no seu sistema interno para melhores resultados organizacionais, fazendo inclusão de ferramentas como o 5W2H, entrevistas em campo e questionários aplicado com os colaboradores, investindo no treinamento adequado, gerando produtividade nas atividades.

O objetivo geral desta pesquisa é uma proposta de implementação de ferramentas organizacionais, buscando uma comunicação eficaz com intuito de

melhores resultados e convívio entre os colaboradores da empresa Preta Distribuidora. Os objetivos específicos da pesquisa são: Identificar e reunir documentos suficientes sobre a comunicação interna da empresa, propor um treinamento que melhore a comunicação interna e externa da Preta Distribuidora, utilizando Endomarketing, Intranet e estabelecendo processos simples de feedback semanais, fazendo uso de fluxogramas que otimizem o processo de cada tarefa.

Diante disso, o objetivo principal do artigo é alcançar resultados positivos na sua gestão interna e uma comunicação eficiente no ambiente de trabalho, e com as ferramentas corretas, será possível conquistar a satisfação da grande maioria dos colaboradores internos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A comunicação empresarial é um dos pilares da organização, sendo considerada uma atividade multidisciplinar que é capaz de utilizar métodos e ferramentas de marketing, pesquisas e técnicas de relações públicas em prol de melhores resultados na organização.

Para Castro (2020) A comunicação pode ser reconhecida como uma das principais ferramentas estratégicas em um ambiente empresarial, tornando-se um pilar importante no funcionamento e desenvolvimento desta.

Pode-se ressaltar que, a comunicação são as interações, um processo em que há troca de relação entre pessoas do mesmo ambiente, e dentro de uma empresa que exerce uma boa comunicação interna, os resultados serão bem sucedidos e caminharão em prol dos mesmos objetivos.

2.1 GESTÃO DE PESSOAS NAS ORGANIZAÇÕES

Vieira, L. (2014) afirma que uma organização que busca implementar uma gestão de pessoas diferenciada, está buscando alcançar seus objetivos e expectativas, juntamente com as pessoas que nela trabalham, oferecendo melhorias e expectativas organizacionais para o potencial crescimento da

organização, e consequentemente as organizações que optam por não adotar esse diferencial, estão de fato, enfraquecida internamente.

A Gestão de Pessoas deve ser adotada por grande parte das organizações que desejam a satisfação dos seus colaboradores, através dela, é possível selecionar de maneira correta e simplificada quem pode se desenvolver melhor em cada setor, não apenas porque sabe, e sim porque está satisfeito no cargo em que atua na organização.

Segundo Marchiori (2018) as organizações atuais precisam preocupar-se com o que é repassado como informações e abertura de diálogos em diferentes grupos interessados, com intuito de entender que o comportamento vai muito além de um simples repasse de informações, e que se deve olhar para a comunicação como um processo de construção que tem a agregar positivamente na gestão das empresas.

A comunicação nas organizações e a falta de uma significativa gestão de pessoas tem se tornado motivo de preocupação entre gestores e líderes de empresas, como fazer para ter melhores resultados? Como lidar com conflitos internos? Como aplicar as ferramentas corretas dentro da organização? São dúvidas comuns entre os gestores, acredita-se que a solução correta para esses questionamentos, é adotar uma Gestão de Pessoas.

No âmbito organizacional atual, se faz necessário que as empresas pensem em investir em uma melhor e eficaz Gestão de Pessoas, impulsionando e valorizando as ideias de cada colaborador, sem diminuir e acreditando na capacidade de cada um, com objetivo de colher melhores resultados e um bom ambiente organizacional, pois, uma empresa que não escuta e não é capaz de passar informações da maneira correta e dinâmica, deve de fato, rever seus processos internos, e elaborar melhores estratégias para o alcance de um resultado eficaz na organização aplicada.

Desse modo, Ávila (2015) afirma que com a Gestão de Pessoas, é possível abrir inúmeras vantagens no processo de reestruturação interna das organizações, com objetivo de atrair, recompensar de maneira correta e reter os mais importantes investimentos da empresa, que são seus colaboradores.

Consequentemente, torna-se relevante a introdução da Gestão de Pessoas na Preta Distribuidora, tendo em vista que, o seu problema em questão é a falta de comunicação feita da maneira correta, havendo constantes conflitos entre os colaboradores da organização, que o levam a uma grande desmotivação e consequentemente piora nos seus desempenhos pessoais e organizacionais, desmotivando não apenas um, mas grande parte da equipe.

2.2 GESTÃO DO CONHECIMENTO

A Gestão do conhecimento consiste em saber administrar, filtrar e organizar as informações passadas dentro da organização, atualmente uma boa e eficaz gestão do conhecimento auxilia na tomada de decisões, melhora os processos internos da organização e facilita o aprendizado organizacional, tendo em vista que, conhecimentos trocados entre os colaboradores ajudam no processo de resolução de problemas nos departamentos.

Segundo Alfenas (2021), a gestão do conhecimento é um requisito imprescindível para a longevidade dentro das organizações, sendo considerada por grande maioria dos gestores, como um significativo diferencial competitivo.

Desse modo, a gestão do conhecimento nas organizações oferece a ideia de uma melhor comunicação interna, existem duas formas de gerenciamento de conhecimento dentro das organizações, sendo ele o explícito e o tácito. Tácito é o conhecimento individual, baseado em experiências que o colaborador guarda consigo e é pouco compartilhado, explícito é o conhecimento exposto em guias, manuais e documentos compartilhados entre os colaboradores em momentos oportunos, o que auxilia na comunicação interna da organização, tendo em vista que para compartilhar conhecimento é necessária uma positiva comunicação entre os colaboradores.

Dos Santos (2019) afirma que a gestão do conhecimento é de extrema importância nas organizações, uma vez que todo o acesso de conhecimento funciona como uma estratégia organizacional que possibilita que as ideias e conhecimentos sejam trocados, proporcionando assim diferenciais

organizacionais, obtendo vantagens competitivas e transformando-a em uma organização que há uma boa gestão do conhecimento.

A gestão da comunicação funciona por meio da socialização entre os colaboradores, para os que são do conhecimento tácito, a socialização é um meio fundamental para que haja a passagem do conhecimento de um colega para o outro, o transformando em conhecimento explícito.

Gonzalez (2015) afirma que podem existir os grupos imaturos e maduros dentro de uma organização, sendo o grupo imaturo aqueles que trabalham por conta própria e muitas vezes preferem não se comprometer com outros grupos, preferindo sempre agir sozinho, o que pode não ser vantajoso para uma organização, no grupo de maduros, os colaboradores trabalham em coletivo, compartilhando ideias e tomando decisões como um só.

Algumas organizações utilizam formas de captar ideias de maneiras distintas, a “hora do café” ou reuniões semanais podem ser utilizados como ótimos momentos para capitalizar ideias e fazer com que os colaboradores se ajudem na resolução de problemas internos, com um bom desenvolvimento dessa ideia, a organização automaticamente está investindo em uma excelente comunicação interna e compartilhamento de conhecimento.

2.3 DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS NA ORGANIZAÇÃO

O desenvolvimento de pessoas nas organizações impulsiona os resultados positivos não somente para a empresa, mas para os resultados pessoais de cada colaborador, a partir de um bom treinamento com o objetivo do desenvolvimento individual, a empresa garante bons resultados em determinadas atividades que serão desenvolvidas, alcançando metas e satisfação dos seus colaboradores.

Bagattoli (2016) afirma que a cultura de investir nos colaboradores tem tido alto crescimento nas organizações, atualmente investe-se no colaborador para que os mesmos possam desenvolver-se com mais vigor, promovendo crescimento para a organização.

Um grande problema nas organizações atuais é a designação de tarefas, deve-se identificar qual a motivação de cada colaborador, e onde ele encontra dificuldades na realização de suas tarefas na organização, deve haver uma análise concreta do que determinada pessoa pode executar, através dos incentivos e treinamentos corretos a organização conseguirá alcançar resultados significativos, através da satisfação e desenvolvimento individual de cada colaborador.

Martins (2021) Cita que grande parte do sucesso e das estratégias de comunicação de uma organização dependem da conexão entre colaboradores e gestores, tornando-se indispensável um bom desempenho empresarial, apoiando as demais estratégias de melhorias na comunicação dos colaboradores, e melhoria no conhecimento geral através da gestão.

Atualmente é de extrema importância que haja sintonia e investimento nos colaboradores, tendo em vista que, o sucesso está diretamente ligado a equipe que o compõe, com o desenvolvimento de pessoas aplicado na organização consequentemente ocorrerá evolução profissional dos colaboradores e crescimento contínuo da organização.

Braga (2016) cita que o principal patrimônio da organização é o capital humano, ou seja, os colaboradores, sendo atualmente uma questão de diferencial competitivo entre as organizações.

Com o investimento no desenvolvimento de pessoas, a empresa alcançará êxito em grande parte das atividades exercidas pelo colaborador, é significativa a quantidade de colaboradores que se destacam como bons profissionais através do desenvolvimento interno que a organização oferece.

2.4 TREINAMENTO INTERNO

O treinamento interno nas organizações é um passo crucial para que ocorra um desenvolvimento de qualidade em seus determinados departamentos, e melhor comunicação entre os colaboradores internos, os treinamentos podem envolver técnicas de abordagem no trabalho, de modo que ocorre no dia a dia, ou através de cursos e palestras, possibilitando um treinamento a distância e

auxiliando positivamente também no desenvolvimento individual de cada colaborador.

De acordo com Oliveira (2022), atualmente o gestor independente do ramo em que atue, deve atentar-se aos esforços dos seus colaboradores em busca de conhecimento, levando em consideração os desempenhos de seus colaboradores na produção e evitando retrabalhos, sabendo aproveitar os esforços para produzir determinadas atividades.

Um treinamento eficaz é essencial para auxiliar na organização das empresas e principalmente no desenvolvimento das atividades dentro da organização, auxilia na comunicação interna, concentrando-se nos exercícios feitos com cada colaborador ao longo do período de inclusão dentro da empresa, posteriormente será possível obter resultados positivos.

Silva (2016) afirma que os objetivos principais de um treinamento, é proporcionar aos colaboradores treinados, a diferença entre treinamento e desenvolvimento e suas principais perspectivas de tempo.

Os treinamentos executados dentro de uma organização visam o desenvolvimento para execução de tarefas operacionais, auxiliando no desenvolvimento mental e de hábitos profissionais que se faz necessários no âmbito organizacional, o treinamento deve ser frequente e assimilado de forma rápida pelos gestores que o aplicam.

Ávila, LV (2015) cita que um dos pilares mais importante de uma estratégia organizacional é de fato a satisfação dos seus colaboradores, em fazer um bom trabalho.

O treinamento dentro das organizações traz grandes vantagens para os colaboradores e gestores, auxiliando no rápido aprendizado e permite o processo de desenvolvimento de cada colaborador, motivando a equipe, formando líderes e conquistando a confiança dos que nela trabalham, pois ajuda a entenderem melhor suas atividades ficando cada vez mais seguros em suas ações.

3 MATERIAIS E MÉTODOS PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

Trata-se de uma forma de estudo de caso que explica como é feita a análise e os fenômenos através da pesquisa, na Preta Distribuidora adotou-se o processo de entrevistas e questionários com os colaboradores e gestores da organização, de modo que foi possível captar e organizar as informações que nos foram passadas de maneira correta e simplificada.

3.1 QUANTO A NATUREZA

A abordagem quantitativa ou qualitativa em uma organização está diretamente ligada a Natureza da pesquisa e como ela será abordada, passando por diversas avaliações com intuito de coletar dados, traçar objetivos e escolher a validação dos dados obtidos.

Pitanga (2020) diz que as atividades de pesquisas muitas vezes fundam-se em processos de tentativas e erros constantes, através de um rigoroso controle de variáveis, é possível observar como o sistema atua, e como é idealizado.

Analísaram-se as informações obtidas e para melhorar a comunicação interna da Preta Distribuidora, foi utilizado a forma quantitativa, através de gráficos, indicadores de desempenhos anteriores da organização e coleta de números e informações principais dos colaboradores e gestores da organização.

Segundo Ferreira (2015) as abordagens quantitativas e qualitativas dentro de determinadas situações são de extremas base de apoio para análise de dados qualificada.

3.2 QUANTO AOS FINS

Adotou-se a modalidade descritiva, sendo uma forma norteadora para decidir os métodos e abordagens da pesquisa, concentrando-se na coleta, e na veracidade de informações obtidas, permite que seja estruturada e pré-

planejada, buscando apresentar e explicar de forma concisa as informações contidas em dados.

Para Sampaio (2020) a pesquisa descritiva auxilia na caracterização de determinada realidade, as técnicas para coleta de dados podem ser tanto quantitativas quanto qualitativas, sendo utilizadas de formas complementares para a pesquisa exploratória.

Santos (2016) afirma que as pesquisas descritivas podem fornecer informações específicas sobre dados coletados, permitindo estabelecer relações de dependências entre variáveis, generalizando resultados.

3.3 QUANTO AOS MEIOS

Os meios utilizados para concluir a pesquisa foram coletados através de pesquisa em campo, identificando a satisfação dos colaboradores, onde encontram dificuldades nas atividades exercidas e aplicando questionários com os colaboradores e administradores da Preta Distribuidora, através de dados coletados e estratégias organizacionais que foram levantadas no decorrer da pesquisa.

Segundo Guerra (2023), a pesquisa em campo é um método bastante aplicado em qualquer área do conhecimento, permitindo observar, analisar os fatos e fenômenos de forma precisa.

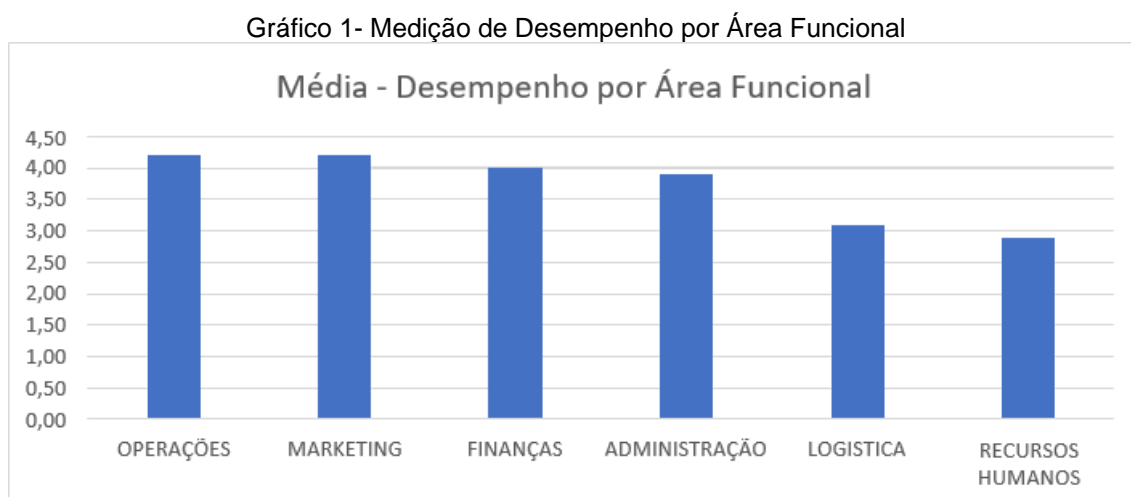
De acordo com Lakatos (2013), um estudo de caso é uma metodologia de extrema importância que se dedica à análise de um fenômeno específico e detalhado, visando compreender as particularidades envolvidas, com intuito de obter percepções relevantes.

4 RESULTADOS

Mediante Artigo Organizacional da Preta Distribuidora, levantou-se documentos suficientes que possibilitaram uma análise eficaz e indicadores dos setores da organização, fatores internos, áreas de operações, fatores externos e demais setores da organização, com base nas análises e levantamentos feitos,

considerando os setores de marketing, logística, financeiro, vendas, operações e administração, o desempenho com menor êxito é o de Recursos Humanos, sendo diretamente a Comunicação Interna da empresa.

Conforme gráfico abaixo é possível analisar como está as medições de desempenho por área.



Fonte: Elaborado pela equipe com base em pesquisa em campo, 2024.

Conforme gráfico 1 apresentado por desempenho de área funcional, pode-se observar e analisar a diferença significativa entre as áreas de atuação. Nota-se que a área com maior desempenho é Operações, com desempenho médio de 4,3 e a segunda maior área é Marketing, com um bom desempenho de 4,2, o que as destaca como exemplo.

Finanças com 4,0 em desempenho médio por área. Administração com desempenho médio de 3,9, que será melhorado com as ferramentas aplicadas de maneira correta.

Logística com um desempenho médio 3,1. Tendo em vista que, a Preta Distribuidora distribui para 95% dos municípios do Amazonas, entregando por meio de barcos e caminhões.

Sendo a área de menor desempenho o Recursos Humanos, com um desempenho médio de 2,9 comparado aos demais, tornando-se a área que exige mais atenção para melhoria dos resultados.

Diante disso, a área de menor desempenho é a de Recursos Humanos, com dificuldade na área de comunicação interna entre colaboradores e gestores da empresa, abaixo pode-se analisar melhor o que acarretou a avaliação.

Quadro 1: Área Funcional - Recursos Humanos

ÁREA FUNCIONAL RECURSOS HUMANOS		NÍVEL DE GRAU DE AVALIAÇÃO				
		ponto	ponto	ponto	ponto	ponto
		Muito Forte 5	Forte 4	Médio 3	Fraco 2	Muito fraco
1	Destaca-se a taxa de absenteísmo			X		
2	Avalia-se o índice de rotatividade				X	
3	Percebe-se o índice de satisfação dos colaboradores				X	
4	Aponta-se o custo médio de empresa	X				
5	Destaca-se o tempo médio de empresa			X		
6	Reconhece-se a produtividade no expediente de trabalho		X			
7	Avalia-se o custo para a aquisição de talentos				X	
8	Constata-se a satisfação dos candidatos com a seleção		X			
9	Verifica-se o nível de produtividade da equipe			X		
10	Avalia-se a proporção de acidentes de trabalho					X
TOTAL		5	8	9	6	1
MÉDIA POR GRAU (POR COLUNA)		0,5	0,8	0,9	0,6	0,1
DESEMPENHO DA ÁREA TOTAL		2,9				

Fonte: Elaborado pela equipe com base em pesquisa em campo, 2024.

Através do quadro 1 é possível analisar os pontos em que serão necessárias as devidas intervenções para melhor desempenho organizacional, os principais pontos que deve-se atentar são “Avalia-se o índice de rotatividade”, “Percebe-se o índice de satisfação dos colaboradores”, “Avalia-se o custo para a aquisição de talentos” os quais observa-se o problema em questão, como desenvolver e implementar estratégias de comunicação em Recursos Humanos que promovam a aderência, a transparência e a eficiência na comunicação interna? Diante disto, as análises em busca de uma solução começaram a ser discutidas e colocadas em práticas.

4.1 PLANEJAMENTO DE AÇÕES

O plano de ações consiste em você analisar o problema em questão e trabalhar com metas para atingir as mudanças desejadas, abordando diretamente o que será feito, quando será feito e quanto isso irá custar, através desse planejamento, é possível ter melhores resultados e controla-los, para que possam ser um processo contínuo na organização, abaixo segue o Quadro 2 de planejamentos.

Quadro 2 – Ações Interventivas – Preta Distribuidora II

QUADRO DE AÇÕES INTERVENTIVAS				
	Ações Interventivas	Cronologia	Duração	Custo
1	Investir na transparência e engajamento da comunicação entre os colaboradores e líderes da organização.	Setembro de 2024	90 dias	R\$ 800,00
2	Realizar palestras trimestrais voltadas para a área de comunicação interna.	Dezembro de 2024	03h00 Trimestrais	R\$ 2.000,00
3	Oferecer cursos para os colaboradores internos.	Outubro de 2024	90 dias	R\$ 940,00
4	Identificar as principais oportunidades dentro da organização para melhorias na comunicação interna.	Novembro de 2024	60 dias	R\$ 500,00
TOTAL				R\$ 4.240,00

Fonte: Elaborado pela autora em junho de 2024

Conforme o quadro apresentado, as abordagens a serem realizadas seguem as seguintes estratégias. Investir na transparência e engajamento da comunicação entre os colaboradores e líderes da organização, para que ocorra clareza e um melhor desenvolvimento nos processos da empresa.

A Realização de palestras trimestrais feitas por um profissional em comunicação interna, com início em março de 2025 com custo de R\$2.000,00 no total com contrato profissional.

Oferecer cursos em plataforma online 100% gratuitos para cada colaborador com opções em: Excel do nível básico ao avançado, Marketing, Recursos Humanos e Finanças, para que cada colaborador possa expandir seu conhecimento e desenvolvimento pessoal para a área que deseja seguir.

Identificar as principais oportunidades dentro da organização para melhorias na comunicação interna, será realizado pesquisas e levantamento de

dados dos colaboradores e gestores para verificação de seus pontos fortes e fracos nas atividades exercidas, além de oportunidades que podem ser utilizadas como planejamento estratégico.

4.1.1 Transparência e engajamento na comunicação

Investir na transparência e engajamento da comunicação entre os líderes e os colaboradores, é uma proposta que facilita o processo de aprendizagem e desenvolvimento nas atividades individuais de cada um, estabelecendo canais de transmissão de mensagens, plataformas de intranet e organizando coffee break para que ocorra momentos de interação, onde possa ser esclarecido dúvidas, sugestões para melhorias e troca de feedback entre os colaboradores e a administração.

Através da ferramenta 5W2H, segue o modelo de ação para o planejamento e aperfeiçoamento da ideia:

Quadro 3 – Aplicação do 5W2H para avaliação e identificação de recursos

5W	O QUE	Investir na transparência e engajamento da comunicação entre os colaboradores e líderes da organização.
	POR QUE?	Para melhor desempenho dos colaboradores.
	ONDE?	Na Preta Distribuidora
	QUEM?	Gestores da empresa
	QUANDO?	Setembro de 2024
2H	COMO?	Com reuniões semanais
	QUANTO CUSTA?	R\$ 800,00

Fonte: Elaborado pela autora em agosto de 2024.

A partir do quadro 3, foi explicado como será aplicado o planejamento para melhorias internas no setor de Recursos Humanos da organização, buscando facilitar a transparência e engajamento entre colaboradores, com objetivo de resultados que valorizem ideias e melhorem os processos existentes, para alcançar e qualificar as informações que são passadas dentro da organização.

4.1.2 Realizar palestras trimestrais voltadas para a área de comunicação

Com a inclusão de palestras trimestrais, será possível criar ambientes positivos e que influenciem os colaboradores a buscarem melhorias pessoais, motivando-os e trabalhando aquilo que os desagrada profissionalmente na organização, as palestras fazem com que grande parte dos colaboradores sintam-se valorizados, pois, é notório a importância que a organização demonstra ao promover eventos para melhorias internas.

Atualmente a palestra organizacional é uma excelente ferramenta de comunicação nas organizações, tanto individual para os colaboradores, quanto para os líderes, gerando networking e impulsionando os negócios da organização, através de especialistas na área de atendimento ao cliente e comunicação interna, será possível obter maior confiança dos colaboradores em seus departamentos pessoais, além de melhorar significativamente a imagem da empresa.

Através da ferramenta 5W2H, segue o modelo sugerido para melhorias:

Quadro 4 – Aplicação do 5W2H para avaliação e identificação de recursos

5W	O QUE	Realizar palestras trimestrais voltadas para a área de comunicação interna
	POR QUE?	Para criar um ambiente mais positivo e inspirador, auxiliando no desenvolvimento individual dos colaboradores.
	ONDE?	Na Preta Distribuidora
	QUEM?	Profissionais palestrantes
	QUANDO?	Dezembro de 2024
2H	COMO?	Com contratação terceirizada
	QUANTO CUSTA?	R\$ 2.000,00

Fonte: Elaborado pela autora em agosto de 2024.

Mediante o quadro 4, é possível analisar como será feito a inclusão de palestras trimestrais e os métodos que serão utilizados para a ação do planejamento estratégico.

4.1.3 Oferecer cursos para os colaboradores internos

Oferecer cursos para os colaboradores internos foi uma ferramenta abordada pelos gestores da empresa para que seus colaboradores internos

possam aprofundar-se em áreas extras que agregam ainda mais nos seus respectivos departamentos.

Através dessa ideia, será possível aumentar os resultados positivos, visando o desenvolvimento no conhecimento dos colaboradores da organização, pois, os profissionais mais capacitados são capazes de agregar mais valores a organização.

Além de influenciar no desenvolvimento pessoal de cada um, os cursos oferecidos pela Preta Distribuidora são: Excel do nível básico ao avançado, curso de tráfego Profissional e Orgânico, curso completo de Marketing Digital e Design Gráfico com Inteligência Artificial, Power BI, Administração Financeira, Administração e análise Fiscal, Gestor de Tráfego Para Negócios Locais, Analista de Impostos Diretos e Indiretos.

Mediante análise feita na organização, foi traçado um planejamento utilizando a ferramenta 5W2H, que tem como objetivo o melhor desenvolvimento do planejamento e o modelo de ação para o aperfeiçoamento da ideia:

Quadro 5 – Aplicação do 5W2H para avaliação e identificação de recursos

5W	O QUE	Oferecer cursos para os colaboradores internos
	POR QUE?	Para auxiliar no desenvolvimento pessoal, alcançando mais resultados positivos em seus departamentos.
	ONDE?	Na Preta Distribuidora
	QUEM?	Profissionais da plataforma digital
	QUANDO?	Outubro de 2024
2H	COMO?	Plano com plataforma digital
	QUANTO CUSTA?	R\$ 940,00

Fonte: Elaborado pela autora em agosto de 2024.

Conforme o quadro 5 de aplicação do planejamento, será possível alcançar significativas mudanças positivas nos departamentos da empresa, o planejamento será colocado em prática no mês de outubro de 2024, através de plataformas digitais o curso terá duração de 1h diária durante o expediente.

4.1.4 Identificar as principais oportunidades

Identificar as principais oportunidades dentro da organização para melhorias na comunicação interna, é um dos meios utilizados para mapear as

necessidades dos colaboradores e gestores em relação a comunicação da organização, serão realizadas reuniões semanais com intuito de compartilhar feedback entre gestores e colaboradores.

Dar ênfase para as informações que são consideradas prioritárias de acordo com determinada situação, onde há dúvidas e falta de esclarecimento será analisado e elaborado estratégias para o desenvolvimento do setor e melhor treinamento para os colaboradores internos, permitindo que desenvolva-se estratégias de melhorias contínuas e que motive os colaboradores em busca de mais conhecimento.

A seguir o quadro de ações interventivas sugerida para introdução de melhorias internas e estabelecimento de metas individuais para os colaboradores da organização, visando o desenvolvimento em equipe.

Quadro 6 – Aplicação do 5W2H para avaliação e identificação de recursos.

5W	O QUE	Promover reuniões semanais para ouvir feedback dos colaboradores, definindo metas e recompensas
	POR QUE?	Para aproveitamento e desenvolvimento de ideias
	ONDE?	Na Preta Distribuidora
	QUEM?	Os gestores da organização
	QUANDO?	Novembro de 2024
2H	COMO?	Com reuniões semanais
	QUANTO CUSTA?	R\$ 500,00

Fonte: Elaborado pela autora em agosto de 2024.

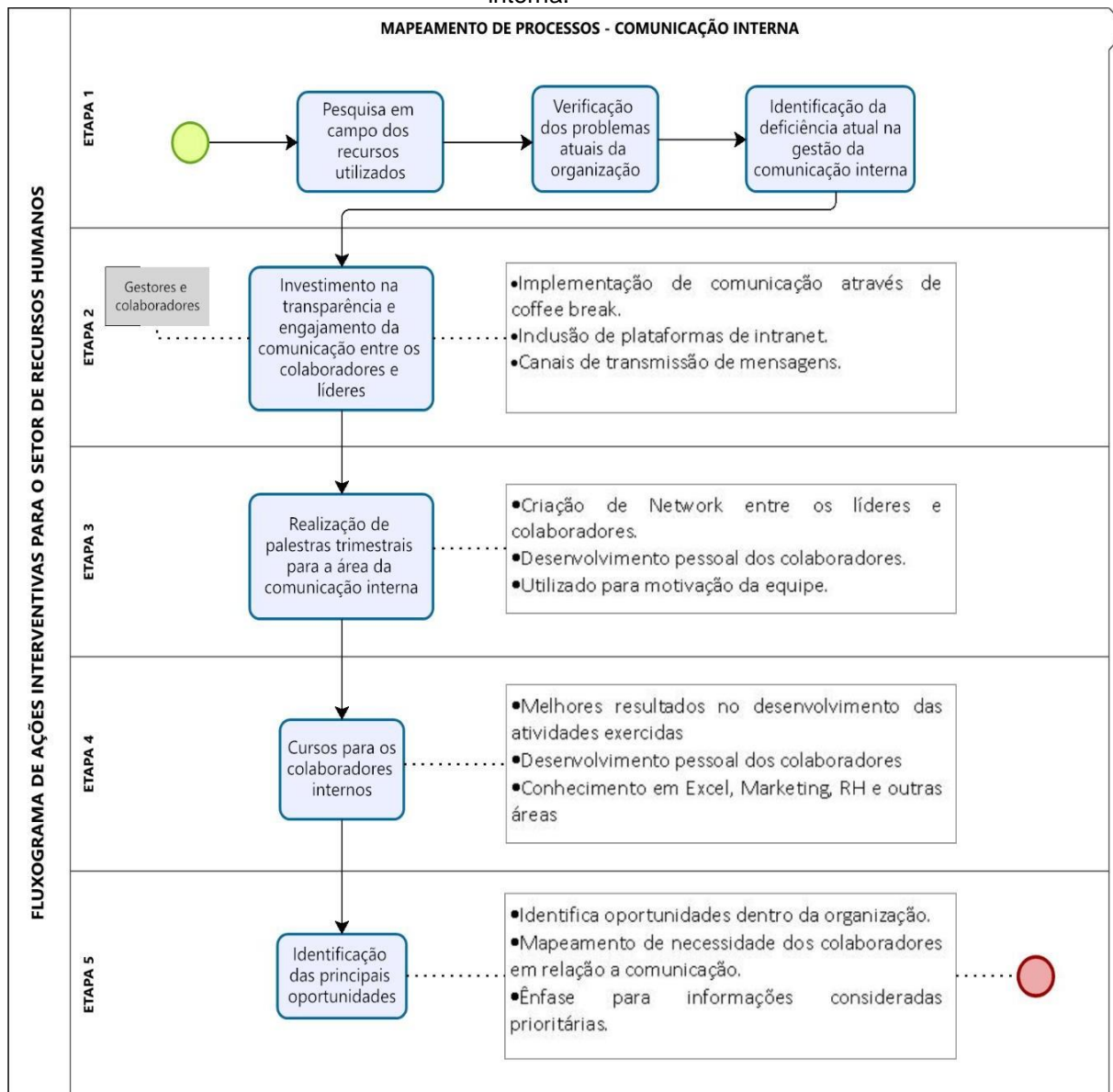
Mediante o quadro 5 podemos analisar quando e como será executado o planejamento de promover reuniões semanais com objetivo de promover feedbacks dos colaboradores e gestores.

4.2 FLUXOGRAMA DE IMPLEMENTAÇÃO BIZAGI

O Bizagi é uma ferramenta de desenvolvimento de fluxogramas e mapeamento de processos, utilizado para facilitar, compreender e melhorar os processos internos e externos da organização, demonstrando projetos com elementos e eliminando falhas em determinadas atividades, através da ferramenta bizagi é possível identificar entradas, saídas e documentar processos atuais e como serão melhorados para aplicar nos processos.

Abaixo segue o modelo de Bizagi que será utilizado para implementação das ações interventivas.

Imagem 1 – Fluxograma de implementação do processo de mapeamento de comunicação interna.



Fonte: Elaborado pela autora em setembro de 2024.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo da Preta Distribuidora destacou a importância da comunicação dentro das organizações, deixando claro os desafios que as empresas enfrentam em busca de melhorias no seu desenvolvimento, tendo em

vista que, as mudanças organizacionais são constantes dentro e fora de uma organização, e a incorporação de novos valores e processos de gestão são contínuos, caso a organização não se adapte a isso os resultados serão significativamente negativos em comparação com empresas atualizadas internamente.

Contribuiu-se para a realização do presente artigo pesquisas em campo e questionários realizados junto aos colaboradores e gestores da organização, o plano de ação utilizado foi propor um quadro de ações interventivas com objetivo de criar processos que melhorem a comunicação interna da organização, causando aderência e transparência através de feedbacks contínuos e propostas de desenvolvimento pessoal para os colaboradores internos, no qual foi significativamente alcançado, pois a organização seguiu os critérios estratégicos do planejamento abordado.

Diante disso, faz-se fundamental a gestão de pessoas e do conhecimento dentro das organizações, de modo que identificando as principais dificuldades entre os colaboradores, fica mais prático o processo de gerenciamento de tarefas. O investimento nos colaboradores e na capacitação individual é capaz de causar engajamento e desenvolvimento qualificado para a organização, visando resultados positivos e promovendo um ambiente de trabalho harmonioso, eficaz e produtivo, acelerando os resultados almejados.

Compreende-se a necessidade de uma eficaz comunicação interna nas organizações, sendo um diferencial competitivo e um dos pilares fundamentais para o desenvolvimento correto da gestão interna, a Preta Distribuidora adotou os métodos sugeridos e conquistou resultados positivos no decorrer dos processos, o comprometimento é um dos pontos fundamentais que tornam essencial alcançar todos os objetivos estabelecidos pela organização e garantir um futuro próspero.

REFERÊNCIAS

- Alfenas, R. A. D. S., Santos, C. S. D., Dias, D. C. D. S., Araújo, V. G. B. D., & Silva, D. V. F. M. R. Gestão do conhecimento nas organizações brasileiras: revisão e bibliometria de obras no período de 2008 a 2017. (2021).
- Ávila, L. V., & Stecca, J. P. Gestão de pessoas. Santa Maria:Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Politécnico, 48. (2015).
- Bagattoli, S. L., & Müller, G. C. K. Treinamento e desenvolvimento de pessoal: agregando valor às pessoas e à organização. Navus-Revista de Gestão e Tecnologia, 6(2), 106-120. (2016).
- Braga, P., & Silva, T. Estudo De Treinamento E Desenvolvimento De Pessoas Voltado Para Estratégias Na Organização. Revista Científica E- Locução. (2016).
- Castro, Sara Marlene Moreira, Comunicação organizacional, Marchiori, Marlene. Cultura e comunicação organizacional, (2018).
- Dos Santos, C. J. G. Tipos de pesquisa. (2016).
- Dos Santos, V. C. B., Damian, I. P. M., & Valentim, M. L. P. A cultura organizacional como fator crítico de sucesso à implantação da gestão do conhecimento em organizações. (2019).
- Ferreira, C. A. L. Pesquisa Quantitativa E Qualitativa: Perspectivas Para O Campo Da Educação. (2015)
- Gonzalez, R. V. D., & Martins, M. F. Um estudo teórico das características organizacionais que influenciam a gestão do conhecimento nas organizações. Perspectivas em Gestão & Conhecimento. (2015).
- Guerra, A. De L. E R. Metodologia Da Pesquisa Científica E Acadêmica. (2023)
- Martins, Brenda Brasil; Andrade, Eduarda Fernanda Gomes De; Oliveira, Daniel Barroso De; Roberto, José Carlos Alves. Proposta De Revitalização Nos Processos De Comunicação Interna. (2021)
- Oliveira, Andrena Camila Pinto De; Figueira, Josiane Mota; Castro, Rafael Ramos; Roberto, José Carlos Alves; Almeida, Victor Da Silva. P. Proposta de implementação de métodos de comunicação interna e mapeamento dos processos. (2022).
- Pitanga, Â. F. Pesquisa qualitativa ou pesquisa quantitativa: refletindo sobre as decisões na seleção de determinada abordagem. (2020).
- Sampaio, T. B. Metodologia da pesquisa. (2022).

Sátyro, N. G. D., & D'Albuquerque, R. W. O que é um Estudo de Caso e quais as suas potencialidades. (2020)

Silva, F. O.; Amaral, P. H. A.; Procópio, R. S.; Roberto, J. C. A. Proposta De Implementação De Um Plano De Comunicação Interna Para Melhoria Do Relacionamento Com O Capital Intelectual (2020)

Vieira, L. A importância da gestão de pessoas nas organizações. Humanidades & Inovação, 1(2). (2014).