

## INTRODUÇÃO

No mercado atual, em que a cada dia surgem novas tecnologias, num cenário de alta competitividade entre as organizações, estas necessitam trabalhar cada vez mais focadas e informadas sobre as constantes mudanças relacionadas a fatores como concorrência e economia.

Destaca-se, assim, a importância da prática de uma comunicação interna eficaz, capaz de alterar o comprometimento individual de seus funcionários e que consiga criar um ambiente de interação dos mesmos com o negócio da empresa.

Neste contexto, o objetivo deste trabalho foi verificar como é, na percepção dos liderados, a comunicação interna de uma escola de inglês e como tem sido o papel dos líderes nesse processo. Dessa forma, foi possível fazer uma associação entre a comunicação da empresa e o comprometimento de seus funcionários, utilizando, para isso, a ferramenta de pesquisa de campo.

## METODOLOGIA

A abordagem da pesquisa foi predominantemente do tipo qualitativa, que é a forma de buscar as opiniões e sentimentos dos funcionários em relação a determinado assunto. Com isso, foi possível captar as percepções dos colaboradores em relação à comunicação interna da empresa e sua interferência no comprometimento organizacional.

Alguns procedimentos quantitativos também foram adotados, para melhor apresentar e explicitar os dados colhidos na pesquisa, que adotou como base a escala de Likert.

Para obter as respostas do questionário aplicado, optou-se por utilizar o método de abordagem indutivo, que é o método que parte de acontecimentos particulares para acontecimentos universais.

A pesquisa foi do tipo descritiva, sendo possível expor as características que envolvem a comunicação interna de cada grupo da organização, captando suas características e possibilitando, ainda, fazer correlações e comparações entre os resultados. Utilizou-se como procedimento técnico o estudo de campo, ou seja, com aplicação do questionário na empresa objeto de pesquisa e no local onde o fenômeno estudado ocorre.

Para o levantamento dos dados foi aplicado um questionário com 19 questões fechadas, objetivando, dessa forma, colher as percepções de cada participante em relação ao tema proposto. O questionário foi estruturado conforme a escala de Likert, onde cada questão era composta de quatro graus de concordância: 1. representa forte concordância; 2. representa forte discordância, e; 2. e 3. representando graus intermediários.

A proposta foi buscar as evidências entrevistando funcionários dos setores de divulgação, administrativo, equipe de professores e líderes, que deveriam responder o questionário analisando o processo de comunicação interno no geral e como isso alterava seu comprometimento. A pesquisa foi aplicada e respondida individualmente por 17 funcionários, sendo 01 líder e 16 subordinados, totalizando 100% de respostas.

## RESULTADOS ALCANÇADOS

A importância dos setores no sucesso da organização foi considerada analisando individualmente cada setor da empresa. O setor de divulgação, por exemplo, é a porta de entrada da empresa, é o primeiro contato com o aluno. Geralmente, já a partir da divulgação o aluno começa a fazer um pré-julgamento com relação à escola. De acordo com a pesquisa, observou-se que existem diversos fatores que merecem ser trabalhados com mais critério para que se aprimore a comunicação e obtenha funcionários mais satisfeitos, comprometidos e integrados com seu trabalho.

A equipe administrativa, também tem papel fundamental, tanto pelo contato direto com o público, quanto por trabalhar com a parte burocrática da empresa, que faz com que os processos sejam ágeis e de forma eficaz. Neste setor também é preciso rever alguns assuntos para que haja hegemonia com o todo.

Já a equipe de professores, foi a que apresentou maiores índices de concordância, isso também é de extrema importância porque a atuação deles é o que geralmente motiva os alunos a continuarem ou iniciarem os cursos. É com eles que os alunos passam maior tempo e é através deles que o curso cumpre sua missão.

Todo esse processo, pode gerar um ciclo virtuoso, ou seja, empresa com comunicação interna eficaz é empresa preocupada com seus colaboradores e com o sucesso da organização; funcionários integrados com o todo e satisfeitos, são funcionários mais comprometidos; e, funcionários comprometidos geram melhores resultados para a organização. O contrário disso causa mal estar entre os colaboradores e resultados negativos para a organização.

## CONCLUSÃO

Tomando como base a importância da estratégia da comunicação interna para o atual mercado de trabalho, o presente estudo procurou pesquisar o assunto, objetivando verificar como é, na percepção dos liderados, a comunicação interna da escola de inglês pesquisada e como tem sido o papel dos líderes nesse processo.

Tendo como embasamento o referencial teórico e a pesquisa de campo é possível concluir que um passo muito importante para se conseguir colaboradores comprometidos, é obter uma comunicação interna que seja eficaz e que alcance todos os colaboradores da organização. Os funcionários precisam se sentir parte do processo e precisam ter seus objetivos alinhados com os objetivos da empresa, para que todos possam caminhar juntos.

Analisando todos os dados e informações, relativos à pesquisa, foi possível perceber que a empresa estudada possui algumas dificuldades em sua estratégia de comunicação. Em algumas questões e/ou setores, os índices de concordância foram altos e bons, porém para que uma comunicação interna seja eficaz e cumpra seu papel bem, a ponto de motivar o melhor desempenho do comprometimento das pessoas, é preciso que toda a organização esteja em sintonia.

Na percepção dos colaboradores, a comunicação interna existe, porém não para todos os setores. Alguns setores se mostraram mais frágeis quando o assunto é comunicação interna. Os resultados são em parte reflexos das posições de liderança, pois os melhores resultados foram encontrados onde as opiniões dos colaboradores também aprovavam a postura de seus líderes. Portanto, é importante ressaltar aqui que os líderes não devem preocupar-se somente com sua equipe de subordinados, é necessário que pensem no todo da organização e que colaborem para que todas as equipes consigam atingir o nível de excelência.

É preciso que todos os funcionários estejam trabalhando em busca de um resultado coletivo. O que se vê na pesquisa não é essa hegemonia. O sucesso de uma organização depende de todos os setores, desde os menores cargos aos maiores.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Luis C.G.; GARCIA, Adriana A. Gestão de Pessoas: Estratégias e Integração Organizacional. 2ªed. São Paulo: Atlas, 2009.
- BOWDITCH, James L.; BUONO, Anthony F. Fundamentos do Comportamento Organizacional. 6ªed. Rio de Janeiro: LTC, 2006.
- BUENO, Wilson C. Comunicação Empresarial: políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BRUM, Analisa de Medeiros. Endomarketing: estratégias de comunicação interna para empresas que buscam a qualidade e a competência. Porto Alegre: Ortiz, 1994. 138 p.
- HITT, M. A.; MILLER, C. C.; COLELLA, A. Comportamento organizacional – uma abordagem estratégica. Rio de Janeiro: LTC, 2007.
- LOPES, Beonerges B. Gestão em Comunicação Empresarial: teoria e técnica. Juiz de Fora: Editora Multimeios, 2007.
- PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação empresarial. Campinas, SP: Alínea. 1999. 125 p.
- REBECHI, Claudia N. Comunicação nas relações de trabalho: análise crítica de vozes da comunicação organizacional no Brasil. 2009.145 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Faculdade de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- ROBBINS, Stephen P. Comportamento Organizacional. 11ªed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- TOMASI, Carolina.; MEDEIROS, João B. Comunicação Empresarial. 3ªed. São Paulo: Atlas, 2010.