



16º Congresso Nacional de Iniciação Científica

TÍTULO: AÇÕES PREVENTIVAS PARA EFICÁCIA DA COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

CATEGORIA: EM ANDAMENTO

ÁREA: CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

SUBÁREA: ADMINISTRAÇÃO

INSTITUIÇÃO: FACULDADE DE SÃO BERNARDO DO CAMPO - FASB

AUTOR(ES): LETICIA MATOS SILVA, CAROLINE FERRARETO FREITAS, EVERTON ALVES CAVALCANTI, GABRIELE JOVELINA SANTOS, POLIANA RIBEIRO DE MENESES

ORIENTADOR(ES): RITA DE CASSIA BATISTA ARANTES

Realização:



Apoio:



1. RESUMO

Esta pesquisa tem como principal foco destacar a fundamental importância da comunicação no processo de Planejamento Estratégico em empresas. As contribuições e viabilidade de detalhar e criar um plano de comunicação abrangente e eficaz.

A comunicação é considerada uma ferramenta estratégica essencial para tomada de decisões de gestores e bom relacionamento com seus colaboradores. Abordou-se um breve histórico da comunicação e sua importância, elementos e tipos de comunicação, comunicação interna e externa, as formas de comunicação, as influências da área de tecnologia da informação na comunicação, o *feedback* como uma ferramenta de avaliação do fluxo de informações recebidas e transmitidas e a gestão do conhecimento.

2. INTRODUÇÃO

No contexto histórico a comunicação destaca-se como processo evolutivo em que, comunicar é uma necessidade do homem social assim como para o profissional nos tempos atuais. Nesse sentido, o planejamento estratégico significa o ponto de partida na administração estratégica das organizações. Esse planejamento tem como propósito adotar medidas decisivas e buscar resultados cada vez melhores na condução de atitudes proativas na gestão das organizações. Somado ao planejamento a gestão do conhecimento também auxilia a distribuição das informações entre os colaboradores e departamentos contribuindo com o desenvolvimento saudável da organização.

3. OBJETIVO

O objetivo deste trabalho consiste na identificação das barreiras presentes no processo de comunicação da estratégia empresarial, conhecidos também como ruídos. Nele serão destacadas as variáveis consideradas fundamentais para a implantação de ferramentas de gestão que possam resultar em uma comunicação eficaz, além da forma como a organização constrói seu sistema de informações gerenciais, de como envolve toda equipe e, por fim, o processo de conhecimento adquirido e apreendido.

4. METODOLOGIA

A metodologia consistirá na elaboração de diagnóstico organizacional, com ênfase em questões que descreve o fenômeno comunicação organizacional como base de estudo e desenvolve as ferramentas que servirão de alicerce para imersão no universo empresarial. Destacará os problemas no processo de gestão comunicacional e apontará pontos positivos e caminhos com indicadores possíveis de resoluções.

5. DESENVOLVIMENTO

O processo de comunicação seja organizacional ou no dia a dia possui características singulares e cautelosas. Existem diferentes formas para a transmissão de uma mensagem e esta pode ser alterada por um ruído ou distorções que modificam seu real significado. Dessa forma, destacaremos elementos de extrema importância para processo de comunicação tais como: fonte, transmissor, canal, receptor, destino e ruído. Além disso, ênfase em dois tipos verbal e não verbal. Na organização o processo comunicativo ocorre de forma interna ou externa e existem fatores que alteram seu real significado, os canais formais de comunicação. Um dos grandes desafios enfrentados pelas empresas é sem dúvida a comunicação em seu ambiente interno, sendo que uma das ferramentas utilizadas nas organizações para amenizar possíveis conflitos é o *feedback*. A falta de

comunicação e de gerenciamento de ferramentas estratégicas resulta em um clima prejudicial e desfavorável para os seus colaboradores e a organização como um todo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Grande parte dos erros comunicacionais, operacionais, desajustes de gestão, disputas, são resultados das falhas na comunicação e ausência de diálogo. Verifica-se, a necessidade de estudar os processos comunicativos internos e externos das empresas para assim que investigados e analisados possam nortear os responsáveis pelo processo comunicacional, ou seja, os líderes, sobre questões relacionada a planejamentos estratégicos, eficientes e eficazes de uma organização. Desta forma partindo dos ruídos identificados, os gestores promovem as ações corretivas e aplicam as ferramentas necessárias para que situações de conflitos não ocorram novamente comprometendo o ambiente de trabalho, as pessoas e o desenvolvimento e crescimento saudável da organização.

7. FONTES CONSULTADAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora: Elsevier, 2005. 539 p.

DONNELLY, G.I. **Princípios de Gestão Empresarial**. 10.ed. Lisboa: Mcgraw-Hill, 2000. 631p.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Introdução à administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2000.546p.

TERCIOTTI, Sandra Helena; MACARENCO, Isabel. **Comunicação Empresarial na Prática**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. 204p.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 8. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007. 93 p.