

Título: Analisando a comunicação interna como ferramenta de gestão: o caso da Toyota Imperial de Juiz de Fora - MG

Autor(es) Aline Maia; Dimas Renan da Cruz Granato

E-mail para contato: ninemaia@hotmail.com

IES: FESJF

Palavra(s) Chave(s): Comunicação Empresarial; Comunicação Interna; Toyota

RESUMO

A comunicação empresarial integrada envolve a gestão da comunicação, o relacionamento com os públicos corporativos (stakeholders) e o posicionamento institucional por meio de ações de comunicação. Neste contexto, a comunicação interna é aquela que se caracteriza por pensar estrategicamente a relação entre a organização e sua força de trabalho, seus funcionários, especialmente. Planeja, elabora e executa ações voltadas para fortalecer e beneficiar a relação entre a organização e seu primeiro público de interesse. Entender e explorar os instrumentos de Comunicação Interna em uma organização como ferramentas de gestão compõem indispensáveis metas neste trabalho. Assim, esta investigação volta-se para a análise da comunicação interna em uma concessionária da Toyota, localizada no interior de uma cidade mineira, a fim de verificar pontos fortes e fracos, propor possíveis melhorias e compreender o papel das ações de comunicação voltadas para o funcionário. Para tanto, considera como essencial o conhecimento da própria empresa em questão, sua história, estrutura organizacional, modelos de gestão e formas de atuação. Como método, inicialmente foi realizada revisão bibliográfica sobre comunicação empresarial. Em seguida, pesquisa de campo na concessionária Toyota, a fim de compreender histórico e contexto da organização. Posteriormente, foi aplicado um questionário com 15 perguntas estruturadas a 51 colaboradores da empresa, com o intuito de conhecer o perfil dos funcionários, verificar como eles veem a organização em que trabalham e ainda investigar como é a percepção deste público interno quanto à comunicação interna. Depois da análise do resultado obtido com o a aplicação dos questionários, percebeu-se a necessidade de melhoria na comunicação interna da concessionária, a começar pelo estabelecimento de um planejamento de ações a serem realizadas, contemplando desde reuniões a mecanismos específicos de comunicação dirigida. A intenção é estreitar o convívio entre os colaboradores, para que os objetivos da empresa se unam aos profissionais que a integram. A importância da comunicação interna como ferramenta de gestão e os pontos negativos captados durante a pesquisa foram expostos aos responsáveis gestores da empresa.