

LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO
RIO GRANDE DO NORTE

JASIELLE DE FIGUEIREDO COSTA

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: Um estudo de caso na
Construtora G5

NATAL/ RN

2009

JASIELLE DE FIGUEIREDO COSTA

**COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: Um estudo de caso na
Construtora G5**

Monografia apresentada ao Curso de
Administração da Faculdade
Natalense para o Desenvolvimento do
Rio Grande do Norte como requisito
parcial para a obtenção do grau de
Bacharel em Administração.

Orientadora: Catarina da Silva Souza,
(M.Sc.)

Natal/RN

2009

RB. 33.296



65.012.45
C873c
2009
ex 01

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Costa, Jasielle de Figueiredo

Comunicação organizacional: um estudo de caso na Construtora G5. /
Jasielle de Figueiredo Costa. – Natal: FARN, 2009.
33f.

Orientador: Catarina da Silva Souza(Msc.)

Monografia (Bacharel em Administração) – Faculdade Natalense para o
Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Comunicação Organizacional – Monografia. 2. Comunicação
Administrativa – Monografia. 3. Administração - Organização – Monografia.
I. Título.

RN/FARN/BC

CDU 65.012.45

JASIELLE DE FIGUEIREDO COSTA

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: Um estudo de caso na
Construtora G5

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade
Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte – FARN e
aprovado em _____, pela banca examinadora composta
pelos seguintes membros:

Catarina da Silva Souza

Catarina da Silva Souza, (M.Sc.)

Orientadora

Karina de Oliveira Costa Bezerra

Karina de Oliveira Costa Bezerra, (M.Sc)

Membro Examinador

Yara Albano Magaly Soares

Membro Examinador

AGRADECIMENTOS

Obrigada Senhor, pelos ensinamentos dos nossos mestres; pela nossa inteligência e capacidade de aprender e procurar sempre a compreensão do próximo; pelas dificuldades e barreiras que consegui vencer; pela força, determinação e perseverança que tive ao longo desses anos; pela saúde física e mental para alcançar meus objetivos; pela amizade e solidariedade dos meus colegas dentro e fora da vida acadêmica; pela união da minha família e pela orientação da minha orientadora proporcionando-me paz e tranquilidade para que pudesse estudar e ter me agüentado nas minhas horas de dificuldade, não poderia deixar de dividir com todos mais uma vitória em minha vida.

Neste momento, ofereço-lhes esta homenagem como forma de agradecimento.

RESUMO

A grande competitividade as empresas da construção civil que atuam hoje no mercado do Rio Grande do Norte, em especial, na grande Natal, impõe às empresas que desejam manter-se nessa competição, organização eficaz dos seus processos, comunicação objetiva e clara entre as suas diversas áreas, e um planejamento estratégico que agregue todas as ações da empresa. Nesse sentido o presente trabalho se propõe a analisar a importância da comunicação organizacional na empresa G5, descrevendo como ocorre o fluxo de comunicação da empresa e conhecer os canais e fluxo de comunicação utilizados entre os setores, ofertando assim um diagnóstico da situação. Trata-se de uma pesquisa exploratória descritiva, em forma de estudo de caso, cujo universo foi composto por 35 funcionários, sendo uma pesquisa censitária. Utilizou-se como instrumento de coleta de dados um questionário estruturado com questões fechadas. O tratamento dos dados ocorreu de forma quantitativa. A pesquisa dividiu-se entre perfil dos entrevistados e dados avaliativos. Quanto ao perfil dos entrevistados, verificou-se que a maioria é composta por mulheres, solteiras, entre 18 e 30 anos, cuja escolaridade é formada pelo segundo grau completo e a renda familiar entre 3 a 4 salários mínimos. Quanto aos dados avaliativos observa-se que os principais canais de informações são intranet, telefone e recados em papel. Tanto os colaboradores quanto os gestores têm acesso às informações diariamente, contudo o tempo de resposta dura uma semana. De modo geral há uma informalidade quanto ao processo seletivo, e verificou-se também uma rotatividade funcional. Já o aspecto motivacional, detectou-se um grau entre média e alta motivação.

Palavra Chave: Comunicação. Informação. Processo Decisório

ABSTRACT

The high level of competition of the civil engineering companies that are present in Rio Grande's do Norte market, specially in Natal, force companies in the field to become very organized, develop clear and objective communication techniques in all aspects of business. Strategic planning has become a very important asset in order to incorporate all activities related to the company. This study's main purpose is analyze the relevancy of organizational communication at G5, which is a highly renowned construction company in Natal. My intention is to describe how communication flows within the company as well as to demonstrate the communication channels which are used among different areas from the company. This study could be described as exploratory and descriptive, in the format of a case study, which was formed by 35 employees. A tool of data collection has been used in the form of questionnaires with objective questions. The data treatment could be characterized as quantitative. The research was divided between the interviewees' profiles and evaluative data. With regards to the interviewers' profiles, it was verified that there is a majority of single females, in between 18 and 30 years of age. Their educational level is usually completed high school and their family income ranges from 3 to 4 minimum wages per month. As for the evaluative data this study verified that the mail communication channels are the intranet, telephone and paper notes. Both collaborators and administration personnel have daily access to information; however the response time was estimated in about one week. Generally, the selection process could be considered as informal and there is also a functional rotation. With regards to the motivation level, it could be considered with a medium or high level of motivation.

Key words: Communication. Information. Decision Making

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	SEXO	19
GRÁFICO 2	FAIXA ETÁRIA	19
GRÁFICO 3	ESTADO CIVIL	20
GRÁFICO 4	RENDA FAMILIAR	20
GRÁFICO 5	ESCOLARIDADE	21
GRÁFICO 6	QUANTITATIVO PESSOAS NA FAMÍLIA	21
GRÁFICO 7	QUANTO TEMPO TRABALHA NA G5	22
GRÁFICO 8	QUAL SUA FUNÇÃO NA G5	23
GRÁFICO 9	CANAIS DE INFORMAÇÕES	23
GRÁFICO 10	GESTORES ACESSO INFORMAÇÃO	24
GRÁFICO 11	ACESSO INFORMAÇÃO COLABORADORES	24
GRÁFICO 12	PARTICIPAÇÃO COLABORADORES DECISÃO	25
GRÁFICO 13	AUTONOMIA COLABORADORES PROBLEMA	25
GRÁFICO 14	TEMPO DE RESPOSTA SOLICITAÇÕES	26
GRÁFICO 15	ADMISSÃO PROCESSO SELETIVO	26
GRÁFICO 16	RECEBE ORDENS DE QUAL SUPERIOR	27
GRÁFICO 17	NÍVEL DE MOTIVAÇÃO	27

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
1.1 Contexto e colocação do problema	08
1.2 Caracterização da instituição	10
1.3 Objetivos	11
1.3.1 Geral	11
1.3.2 Específicos	12
1.4 Justificativa	12
2 REVISÃO DA LITERATURA	13
2.1 A comunicação	13
2.1.1 A importância da comunicação nas organizações	15
2.1.2 Organizações	16
3 METODOLOGIA	17
3.1 Tipo de pesquisa	17
3.2 Universo e amostra	17
3.3 Instrumento de coleta de dados	17
3.4 Tratamento e análise dos dados	18
4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	18
4.1 Perfil dos entrevistados	19
4.2 Dados avaliativos	23
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	29
REFERÊNCIAS	30
APÊNDICE	31

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contexto e colocação do problema

O Setor da construção civil no Brasil já passou por várias e distintas fases, desde o atrelamento à obras públicas, passando pela abertura ao mercado internacional e chegando atualmente a desenvolver projetos de moradia em parceria com entidades financiadoras e com o apoio de governos.

Segundo especialistas da área, as projeções para a construção civil a partir de 2009 são as melhores. O setor de construção civil no Brasil terá um sólido crescimento nos próximos 5 anos, com o ambiente favorecendo chances de realização de fusões e aquisições. Esse crescimento depende, contudo, de uma expansão econômica contínua, taxas de juros estáveis e oferecimento de financiamento imobiliário cada vez mais amplo aos interessados em adquirir um imóvel.

Nesse sentido, o governo trabalha para tornar as leis do setor menos rígidas em várias frentes e melhorar o ambiente macroeconômico, pois, conforme o analista do setor de construção civil, Luis Fernando Dias em entrevista a Lopes (2006,p.30-31), um grande déficit de moradias levou a uma grande disponibilidade de financiamento imobiliário para os compradores de imóvel, afirmou o analista do setor de construção civil.

Estão aí os desafios para o setor, criatividade para desenvolver projetos de moradia para as classes B e C, parcerias e desenvolvimento de novas modalidades de investimento consorciado para viabilização destes projetos, estruturação e certificação no sentido da qualidade e eficiência. Estes são os maiores desafios para os empresários do setor a partir de 2009.

Conforme o analista citado, no Rio Grande do Norte, depois de enfrentar um período de "vacas magras", ocasionado pela desfavorável conjuntura econômica mundial, o mercado imobiliário está retomando sua trajetória de crescimento, desta vez de forma ordenada, criando seu próprio ritmo de expansão e colocando-se como uma das locomotivas do crescimento do Estado. As construtoras e imobiliárias que reorganizaram sua estrutura já sentem o aquecimento de mercado, com o aumento

da procura de clientes e pela a carteira imobiliária disponibilizada para venda.

Muitos dos que acompanham o *boom* imobiliário no Rio Grande do Norte motivado, sobretudo pela grande demanda de clientes estrangeiros, duvidavam do potencial do setor com a chegada da crise Internacional, que afastou muitos europeus e americanos dos investimentos em imóveis. No entanto, 2009 chegou, com ele trouxe uma resposta estampada em folders, distribuídos pelos semáforos, anúncios de jornais e revistas, propaganda de televisão e *outdoors*: a construção civil do estado consegue reagir diante das conjecturas feitas pela crise mundial.

Segundo empresários do setor, o momento é de repensar estratégias e até mesmo localizar nichos. Porém, o grande número de lançamentos divulgados em toda Natal e outras cidades do interior deixa claro que ainda há muito a fazer para superar o déficit habitacional no Rio Grande do Norte. Faz prever também, que as empresas capazes de se adaptar a nova realidade poderão fazer novos negócios.

No mercado imobiliário Norte-Rio-Grandense, observa a Diretora do Sinduscon - Sindicato da indústria da construção civil, que só permanecerão às empresas sérias, que tenham compromisso com os clientes e experiência comprovada.

Mesmo diante da crise financeira internacional que está castigando importantes segmentos da construção de empreendimentos de médio e alto padrão, a G5 permaneceu capitalizada. A construtora, obteve um grande crescimento na construção civil, conseguiu se estabelecer no mercado imobiliário potiguar como um dos principais ícones do setor no estado, e se consolida entre as mais fortes construtoras do Rio Grande do Norte.

Atualmente, a empresa se prepara para os novos desafios que o cenário econômico mundial vem impondo às empresas, ou seja, identificando quais são os tipos de imóveis que interessam à população, as inovações tecnológicas no campo da construção civil que podem trazer economia nos custos construtivos e menores impactos ambientais. Para tanto, é importante frisar que não só as inovações tecnológicas e a visão de mercado conduzirão ao sucesso empresarial, é necessário que os aspectos funcionais da empresa e sua estrutura estejam ordenados de forma eficaz. Sendo assim, em meio à turbulência do mercado imobiliário, suas estratégias e inovações, esse estudo pretende responder: **Até que ponto a comunicação organizacional na G5 proporciona eficácia organizacional?**

1.2 Caracterização da instituição

A história da G5 antecede em muito a data de sua fundação em 1983. Com o conhecimento e a experiência adquiridos em inúmeras obras no exterior, o patriarca da família Elali, Sr. Nicola Giries, iniciou sua trajetória profissional no Brasil, na cidade do Recife pelo menos dez anos antes da sua chegada em Natal, projetando e construindo casas, prédios residenciais e comerciais e, principalmente, transmitindo aos filhos o seu amor pela construção civil. Essa paixão, com certeza correspondida, culminou por formar os quatro filhos dentre as áreas de arquitetura e engenharia.

Com a chegada da família em Natal o Sr. Nicola, idealizou a construção de uma construtora, seu empreendimento inicial aconteceu na Avenida Salgado Filho, com o passar do tempo, a construtora ganhou o nome "Grupo Cinco", sociedade com seus quatro filhos Sami, Makram, Esam, Ramzi, posteriormente registrada como G5. Um dos seus filhos o Sami Giries Elali enxergou na nova terra maiores oportunidades de negócios; e no decorrer do tempo os componentes do grupo seguiram outros rumos e Sami Elali tomou a frente do grupo, sendo hoje o presidente da empresa e tem como sócios seus filhos o André Elali e Marina Elali, e atualmente a construtora fica situado na Avenida Seridó Nº 742 no bairro de Petrópolis.

Com a fundação da G5, deu-se início a um novo capítulo nessa história empresarial, que em 2008 completou 25 anos, dedicados ao projeto, construção e administração de grandes empreendimentos, distribuídos entre hotéis, flats, edifícios residenciais e comerciais. Hoje, a empresa tem um quadro de 400 funcionários que se dividem da seguinte forma:

Função	Quantidade	Função	Quantidade
Diretor	03	Pedreiro	84
Gerente	01	Motorista	02
Médico	01	Enc. Dep. Pessoal	01
Téc. Informática	01	Aux. Dep. Pessoal	01
Serventes	165	Aux. Cozinha	05
Carpinteiro	08	Aux. Administ.	25

Aux. Eletricista	04	Assist. Contábil	01
Vigia	05	Almoxarifado	05
Eletricista	04	Marceneiro	01
Cozinheiro	02	Armador	05
ASG	10	Guincheiro	03
Contra mestre	01		

Quadro 1 - Quantitativo de funcionários por setor

Fonte: Setor de RH / G5 abril 2009

Projetos arquitetônicos arrojados, de autoria do arquiteto Sami Elali, e uso de tecnologias de última geração nas obras e no escritório central, se tornaram elementos indispensáveis ao alcance do padrão de qualidade e a satisfação dos seus clientes, razão de ser da empresa.

Com a ousadia que o momento requer a G5 esta lançando para comemorar o seu jubileu de prata, dois empreendimentos que vão marcar história no mercado imobiliário de Natal. Residencial Costa Azul, localizado no Alto da Ribeira, próximo ao rio potengi desfruta do nascer e do por do sol, longe das grandes vias de tráfego. Residencial Club Amazônia está no clima e na tranquilidade da reserva de Mata Atlântica, localizada próxima ao Catre.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Geral

Analisar até que ponto a comunicação organizacional na empresa G5 é eficaz.

1.3.2 Específicos

- Identificar perfil dos funcionários.
- Descrever como ocorre o fluxo de comunicação da empresa.
- Conhecer os canais de comunicação utilizados entre os setores.

1.4 Justificativa

A importância desse trabalho para a autora como estudante de administração, e para a empresa G5, acaba tendo o intuito de mostrar os impactos que a falta ou a má comunicação afeta no processo produtivo da organização, assim como, pode contribuir e esclarecer à sociedade a importância e o diferencial que as ferramentas podem alcançar.

As organizações necessitam de boas informações para tomar qualquer decisão. A solidez de um processo comunicativo pode oferecer à organização, um diferencial e a potencializa para que essas decisões sejam as mais acertadas.

Nos dias atuais onde impera a globalização, é inevitável que toda empresa prime por uma comunicação interativa, seja na qualidade das tomadas de decisões, como acima citado, seja no âmbito competitivo, onde o mercado se torna cada vez mais exigente.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 A Comunicação

A comunicação é uma troca de informações, é a maneira das pessoas poderem entender umas as outras, unindo o que está isolado, longe. Acaba envolvendo também, troca de experiência entre pessoas, inclusive de gerações e culturas diferentes, resgatando para a atualidade, fatos ocorridos em outras épocas.

Nas empresas, uma boa comunicação funciona como transmissão de ensinamentos e dá o equilíbrio necessário ao bom andamento das atividades através da interação entre seus departamentos.

Nos dias de hoje, a comunicação é fundamental para o bom entendimento da sociedade e essencial para a construção social do mundo.

É o caminho que a mensagem ou comunicação segue, seja os ascendente quando vem de níveis hierárquicos na empresa menores para maiores ou vice versa, assim como no fluxo lateral. Nele se mede os ruídos (distorções) e precisão desses fatores comunicativos.

Os egípcios e mesopotâmicos foram as primeiras civilizações da idade antiga a desenvolver a escrita através dos hieróglifos e escrita cuneiforme, respectivamente na pré historia os humanos se comunicava através de gestos, depois passaram a se comunicar usando a pintura rupestres, sinais, sons entre outros que entre eles acabavam desenvolvendo.

É incrível pensar que lá atrás, há milhares de anos não existia uma comunicação desenvolvida e hoje com o desenvolvimento da ciência se fez e assim se faz. Aos que deixam suas descobertas fica a promessa da seqüência de seus estudos, fazendo o mundo cada vez mais desenvolvido com as grandes descobertas como os jornais, rádio, televisão, telefone, internet, folder.

Com o surgimento da internet deixou o mundo com várias possibilidades onde uniu em um só lugar a televisão, o rádio, o jornal, o telefone. O papel relevante da Internet em nossas vidas está vinculado ao seu teor jornalístico. Notícias são exibidas por este meio, muitas vezes em tempo real, nos proporcionando comodidade e praticidade na comunicação dos fatos. Passou a ser o meio de

trabalho de muita gente, como por exemplo, nesse novo mercado os publicitários andam preocupados e vêm quebrando a cabeça para encontrar formas de anunciar seus produtos com menor custo e maior aproveitamento.

Segundo muitas pesquisas, o acesso diário em busca de informações e entretenimento, a internet hoje faz parte da vida de todos. Lista-se abaixo, alguns canais de comunicação acessíveis para empresas de vários segmentos.

E-mails oficiais: O e-mail é um dos recursos mais populares. Entretanto, para ser reconhecido como uma comunicação oficial. Geralmente tem uma frequência pré-definida e de preferência é emitido pelo presidente da empresa, é uma comunicação de fácil acesso. Está substituindo as cartas, também tem um papel importante na comunicação via internet. Através desta "correspondência", enviamos documentos, avisos e os mais variados tipos de mensagens. É por e-mail que podemos interagir, de uma forma mais confidencial, com nossos colegas de trabalho, familiares, amigos, e muitas vezes, com instituições.

Panfletos: São utilizados para transmitir aos seus novos membros, os aspectos gerais do seu funcionamento, suas políticas e seus aspectos relacionados aos recursos humanos.

O jornal da empresa: Usado normalmente por empresas de dimensão significativa, serve para transmitir informações sobre novos produtos, política e evolução da empresa, ou assuntos de interesse para os empregados. Algumas informações - atividades recreativas e culturais, prêmios ou campeonatos em que houve participação, empregados que completam um certo número de anos de serviço, etc.

Grandes empresas utilizam também o jornal como meio utilizado para transmitir informações sobre novos produtos, política e evolução da empresa ou assuntos de interesse dos funcionários., tais como: atividades recreativas e culturais, campeonatos, etc.

A televisão: Usa som, imagens em movimento e, algumas vezes, o texto escrito. Agora nas áreas rurais a televisão não seja acessível para grande parte das pessoas nas áreas rurais, continua exercendo enorme influência nas zonas urbanas.

A radiocomunicação: Teve início com a utilização do telégrafo sem fio, por volta de 1912. No entanto, com a invenção da modulação se iniciaram as primeiras experiências de radiocomunicação e radiodifusão. A radiodifusão é um meio de

comunicação no qual a maioria da população tem acesso. Esta utiliza o som como uma forma de se comunicar com as pessoas. Seus programas são apresentados de várias formas: comunicados, conferências, palestras, debates, radio novelas e anúncios.

O rádio: É um dos meios mais populares em todo o mundo. Todos os países possuem estações de rádio públicas e privadas e o maior contato com este meio, confere, na maioria das vezes, aos adultos.

2.1.1 A Importância da comunicação nas organizações

Desde os primórdios da humanidade, os homens vem tentando estabelecer o meio de comunicação que torne viável o seu convívio em sociedade.

Não muito diferente, as sociedades corporativas vem estabelecendo condutas que torne as relações internas mais efetivas através de formas alternativas de comunicação. A internet, o telefone são apenas exemplos de como é possível estabelecer laços de relacionamentos.

Hoje a comunicação empresarial tem assumido um papel fundamental nas organizações entre os relacionamentos das empresas. A falta de comunicabilidade entre os colaboradores de uma instituição poderá levar a estagnação da empresa. Ao colocar barreiras entre aqueles que remam para o mesmo fim, estará se criando núcleos individuais entre eles. Quando uma empresa não se comunica bem os problemas logo aparecem: funcionários desmotivados, fornecedores que perdem a confiança e clientes insatisfeitos, não existindo uma comunicação interna e externa.

A comunicação não deve ser distorcida, deve ser clara e objetiva de forma que o receptor receba a mensagem sem ruídos. Ou seja, a comunicação nas organizações é fundamental para a empresa ter um bom desempenho em suas atividades e para que haja uma harmonia no clima funcional, colaborando para um bom processo de decisões. (PIMENTA, 1998)

2.1.2 Organizações

Conforme Chiavenato 2002, a organização significa o ato de organizar e estruturar, que depende do planejamento e da direção de uma empresa, se inicia com as atitudes tomadas por parte dos diretores, como a descrição dos cargos, regras, regulamento entre outros. E conseqüentemente a organização emerge com a espontaneidade e naturalidades entre as pessoas no dia a dia do seu trabalho.

O ser humano é uma peça chave, o mais importante, pois através da organização do desempenho, e força de vontade as pessoas se unem para realizar tarefas, ajudam uns aos outros e com isso acabam trabalhando em conjunto e obtendo bons resultados, pois a união faz a força. Comunidade x Organização.

A organização pode ser entendida como formal e informal. Na relação informal os colaboradores são mais espontâneos, visto que, seu aparecimento se justifica pela fatores de interesse comuns, tais como reuniões de lazer, festas, jornadas esportivas, viagens, dentre outros.

É de extrema importância para a organização pois possibilita um melhor resultado nas metas propostas e formas utilizadas de controle e direcionamento da organização formal. É na organização informal que se emprega parte da motivação dentro de um ambiente de trabalho, nela, é que se atinge o crescimento interpessoal dentro da organização, e ainda, possibilita facilitar a comunicação e velocidade das decisões de um líder.

A falta desse convívio agrava, cria desinteresse e atrasa o progresso das pessoas para com a empresa.

As relações informais são de inteira importância e tem que ser incentivadas na empresa a fim de motivar os colaboradores e ainda mantê-los mais salutar e eficaz. A organização formal precisa da informal para atingir suas metas e alcançar resultados almejados.

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de pesquisa

Trata-se de uma pesquisa exploratória-descritiva, do tipo estudo de caso. Conforme Vergara (1998), a investigação exploratória é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa. A pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação.

3.2 Universo e Amostra

Para efeito desse trabalho o universo está composto de 35 funcionários lotados no escritório da Construtora, sendo portanto uma pesquisa censitária.

Segundo Lakatos; Marconi, 2001, afirmam que: "Universo ou população é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum".

Para Lakatos 1991, a amostra é uma parcela convenientemente selecionada do universo (popular); é um subconjunto do universo.

3.3 Instrumento de coleta de dados

Como a pesquisa é um estudo de caso, e tem a intenção de avaliar a eficácia da comunicação da G5, utilizou o questionário estruturado.

Para Bervian 1996, questionário semi aberto é; a forma mais usada para

coletar dados, pois possibilita medir com melhor exatidão o que se deseja.

Refere-se a um meio de obter respostas às questões por uma forma que o próprio informante preenche.

Em uma primeira etapa foi aplicado questionário com todos os colaboradores internos da empresa, de acordo com os objetivos específicos no projeto. Posteriormente, foi realizada a análise e a interpretação dos dados levantados.

3.4 Tratamento e análise dos dados

De acordo com o Cervo; Bervian, 1996 “Essa é a fase mais demorada e difícil, é o momento da leitura, da reflexão, da análise, da diferenciação, da comparação e dos apontamentos”. O tratamento e análise de dados foi desenvolvido mediante a utilização de ferramentas de análise descritiva, por meio de utilização do software excel, o qual disponibilizará gráficos e tabelas utilizada para apresentação e leitura dos dados inferindo-se as respostas suscitadas nesse trabalho. A abordagem utilizada foi a quantitativa.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Nesse capítulo serão abordados os resultados da análise dos dados coletados, que foi realizado através de questionário estruturado.

4.1 Perfil dos entrevistados

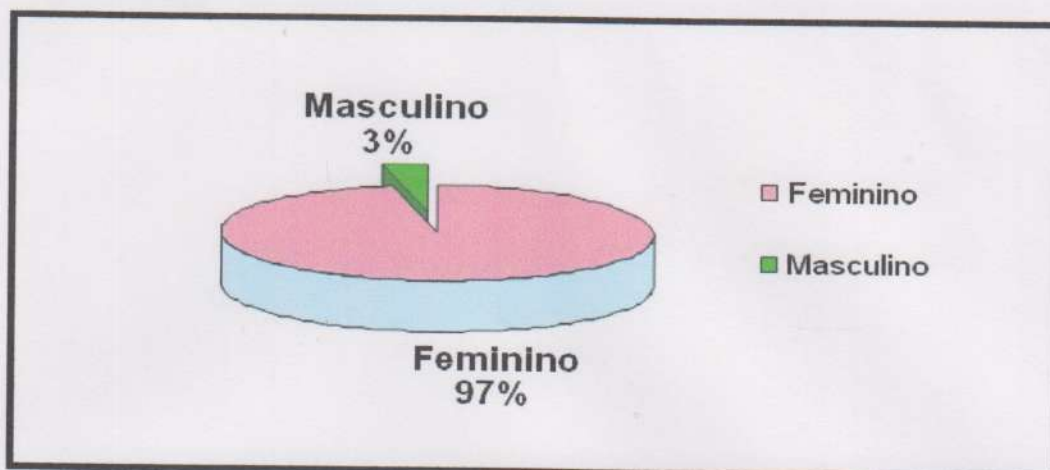


Gráfico 01 – SEXO

Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

O gráfico 01 mostra que 97% dos entrevistados é composto pelo sexo feminino, e apenas 3% dos mesmos compõem o universo masculino.

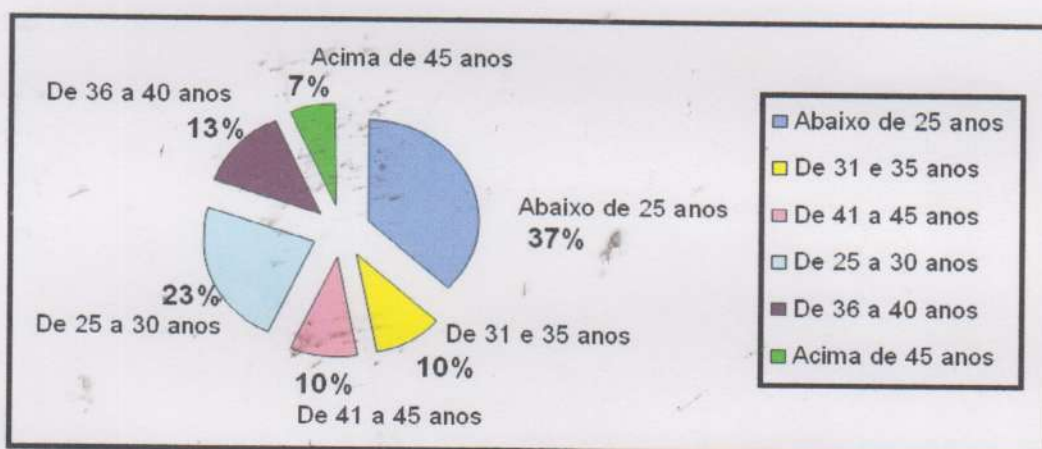


Gráfico 02 – Faixa Etária

Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

Está demonstrado no Gráfico 2, que, 37% estão na faixa etária abaixo de 25 anos e que 23% estão entre 25 e 30 anos. Nota-se que 20% estão acima de 36 anos, destes apenas 7% estão acima dos 45 anos. A maior parte dos funcionários estão iniciando a carreira.

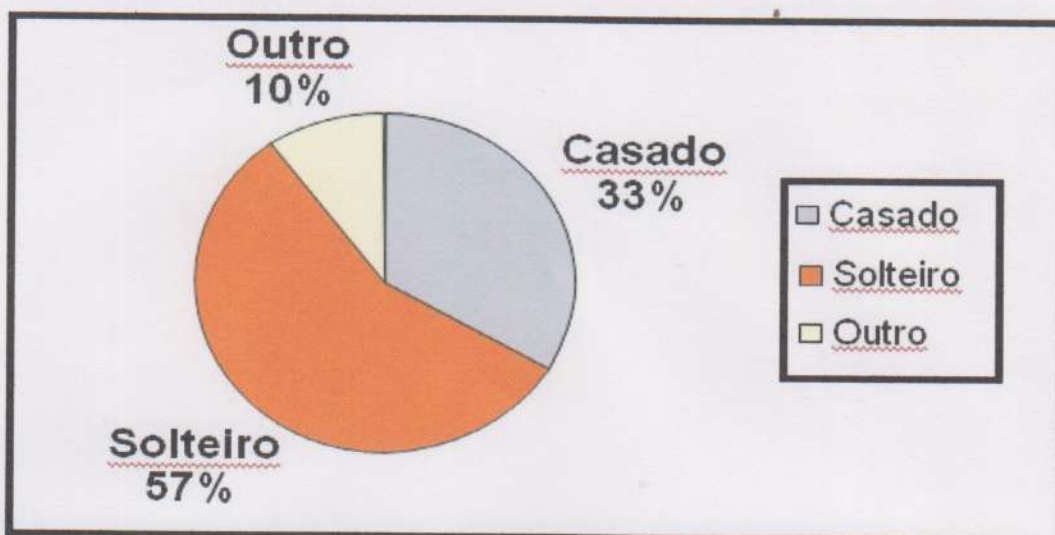


Gráfico 03 – O Estado Civil.
Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

O estado civil dos entrevistados a grande maioria são solteiros com 57% e os casados com 33%.

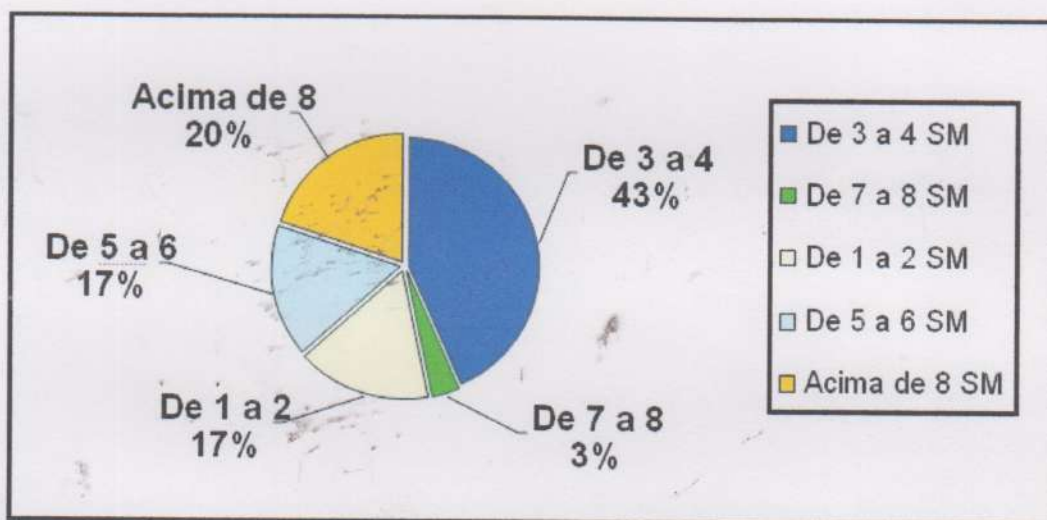


Gráfico 04 – A renda Familiar em Salários Mínimos
Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

A renda familiar dos entrevistados apresenta os seguintes dados, 60% ganham de 1 à 4 salários mínimos, salienta-se que a maior parte dos funcionários estão em início de carreira, conforme o gráfico 04 anteriormente, e apenas 20% ganham acima de oito salários mínimos, provavelmente são os cargos de chefias e confiança.

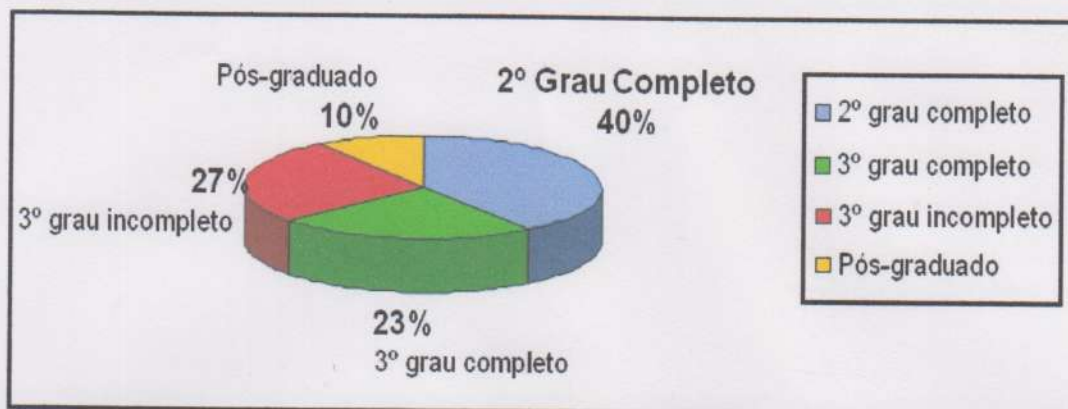


Gráfico 05 - Escolaridade

Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

O universo dos entrevistados é representado por 40% com até o 2º grau completo e apenas 10% são pós-graduados, que são os que compõem direção da empresa.

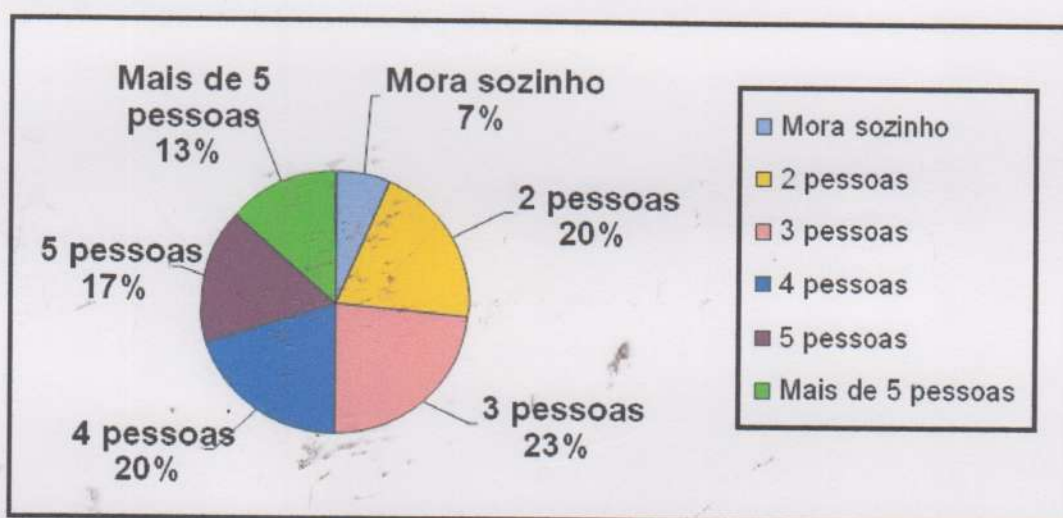


Gráfico 06 - Quantitativo de Pessoas na família

Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

No gráfico 06, observa-se que 23% dos funcionários dividi sua residência com mais três pessoas da família e apenas 7% mora sozinho, arcando com suas responsabilidades financeiras.

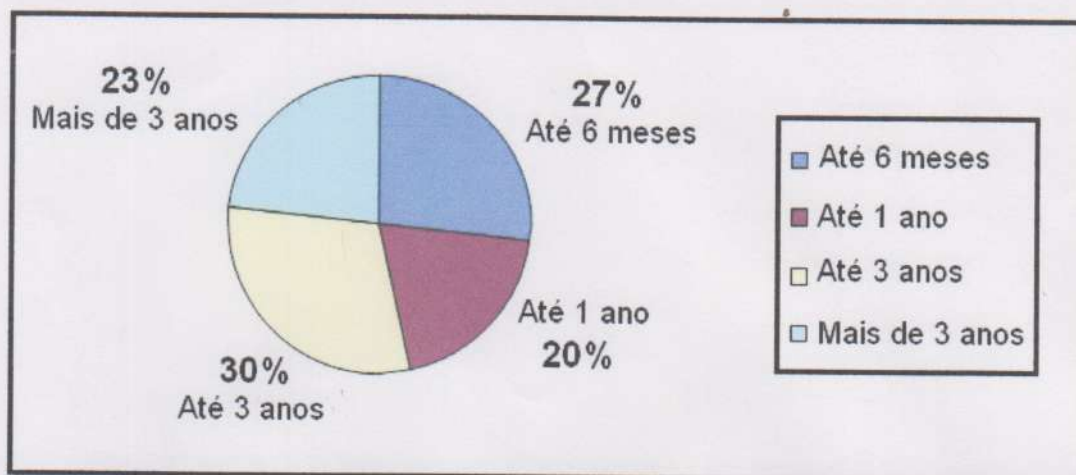


Gráfico 07 – Trabalha na G5 há quanto tempo

Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

Até 47% dos funcionários estão na empresa de 6 meses há 1 ano, 30% tem até 3 anos de empresa, e 23% dos entrevistados tem mais de 3 anos de empresa. Os dados podem indicar que existe uma rotatividade de colaboradores na empresa, tudo leva a crer que a mesma não mantém a equipe por muito tempo. O que pode vir de encontro ao fator motivador aquém do desejado.

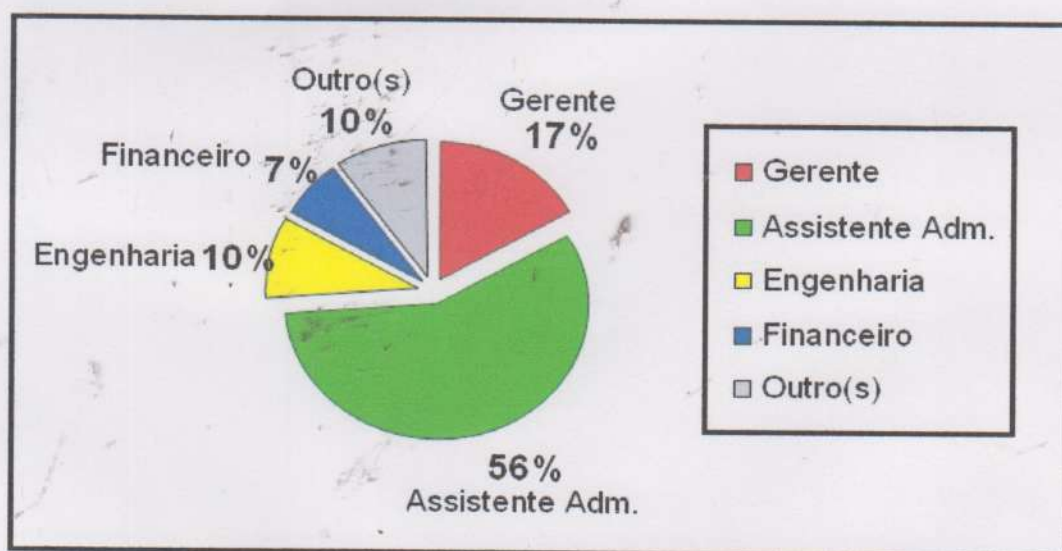


Gráfico 08 – Qual a sua função

Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

O quadro funcional da empresa é composto em sua maioria 56% de Assistentes administrativos, 17% de gerentes, 10 % de engenheiros, e 7% de gestores financeiros.

4.2 Dados avaliativos

Neste item serão tratados dados avaliativos da empresa G5, quanto aos aspectos relacionados aos tipos de canais de comunicação, fluxo da comunicação e demais aspectos que possam responder aos objetivos específicos desse trabalho.

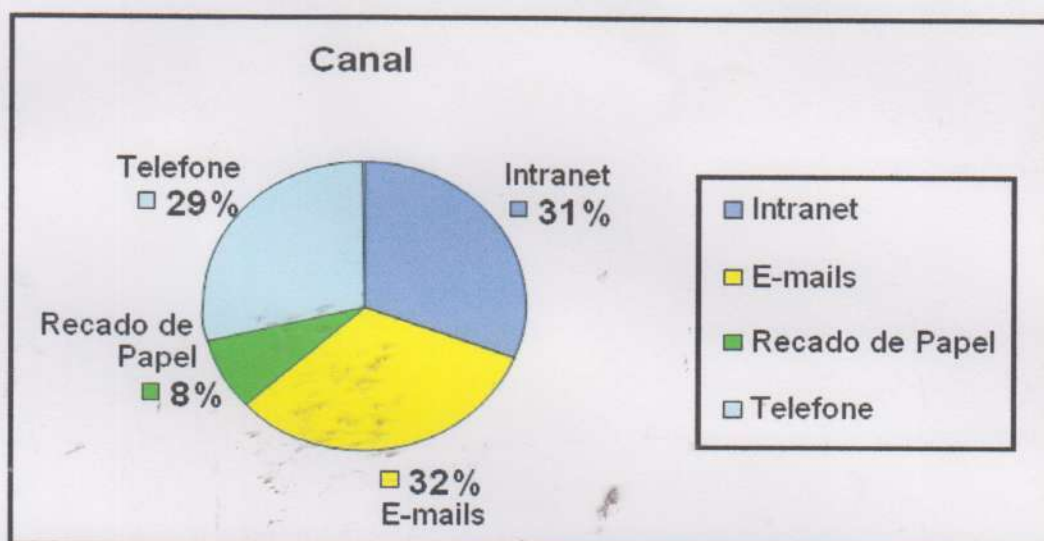


Gráfico 09 – A Informação é passada através de qual canal
Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

O canal de comunicação mais utilizado na empresa é representado com 63% de Internet, 29% por telefone e apenas 8% em recado de papel. Existem os meios de comunicação eficientes e modernos, como é o caso da intranet, o que facilita a comunicação, assim como o skype. Contudo percebe-se certa informalidade entre os funcionários, dada a natureza da atividade da empresa e por uma empresa familiar.

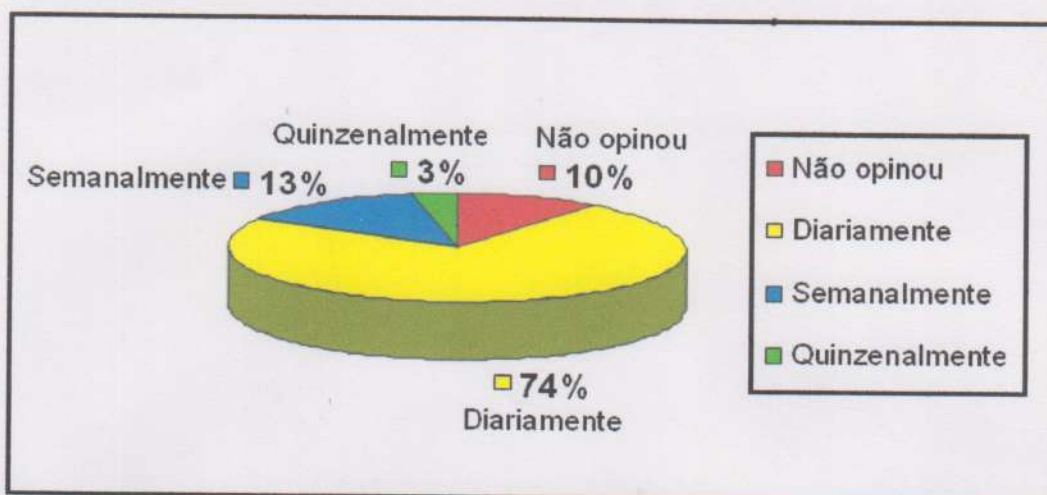


Gráfico 10 – Os Gestores tem acesso a informação dos colaboradores
Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

A periodicidade em que os gestores tem acesso às informações é representada com 74% diariamente, e apenas 16% tem acesso às informações até quinzenalmente. Percebe-se que os gestores não recebem as informações em tempo hábil para decisões mais rápidas ou até estratégicas.

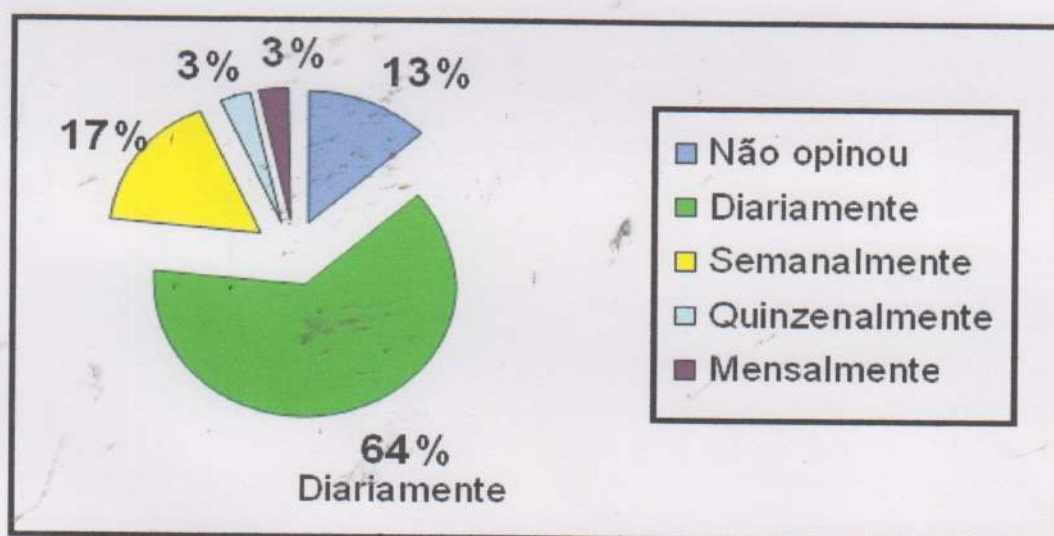


Gráfico 11 – Os colaboradores tem acesso a informação dos gestores
Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

A periodicidade em que os Colaboradores tem acesso às informações é representada com 64% diariamente, 20% até quinzenalmente, e apenas 3%

mensalmente. Observa-se que a demora no trâmite das informações se dá principalmente pela demora na alimentação dos dados.

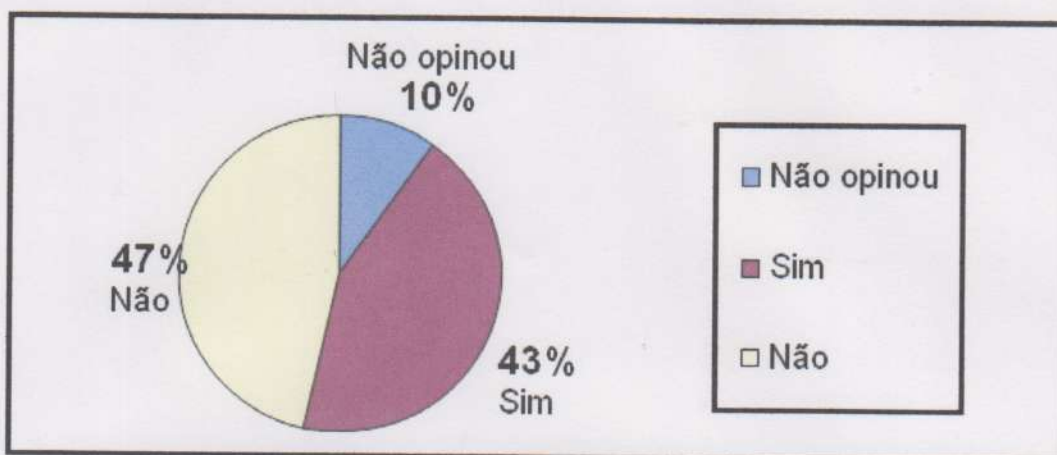


Gráfico 12 – Os colaboradores participam da tomada de decisões
Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

No tocante a tomada de decisão, verificou-se que os respondentes ficaram entre um grupo de pessoas, 47% dos colaboradores, que não participam da tomada de decisão da empresa, já 43% deles responderam que participam da tomada de decisões.

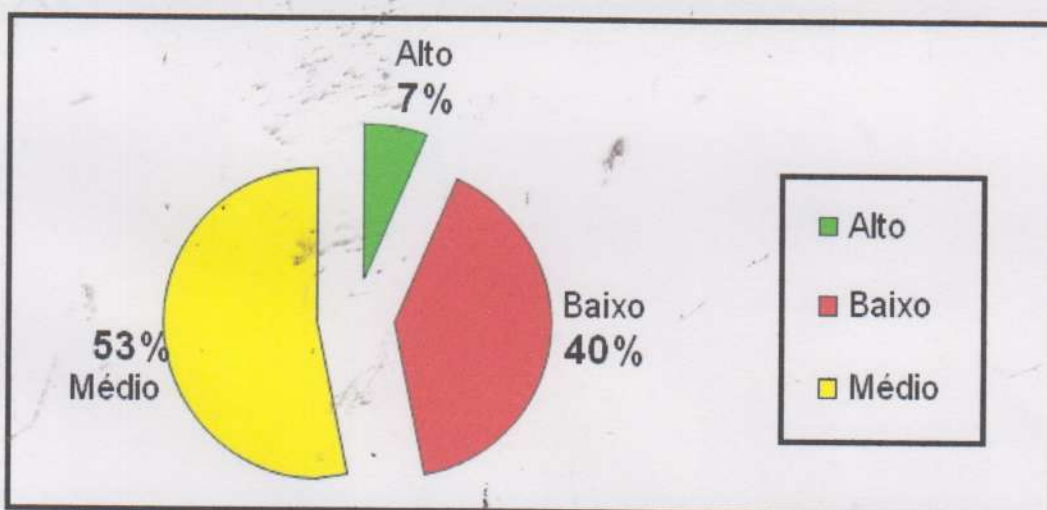


Gráfico 13 – Nível de autonomia dos colaboradores na resolução de problemas
Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

Continuando a análise quanto ao processo decisório na empresa estuda, verifica no gráfico 13 que no que diz respeito a autonomia na resolução de

problemas, 60% dos colaboradores responderam que possuem de médio à alto nível de autonomia na resolução, um pequeno grupo tem suas decisões e 40% respondeu que tem baixo poder de autonomia e isso vem devido a responsabilidade de cada cargo.

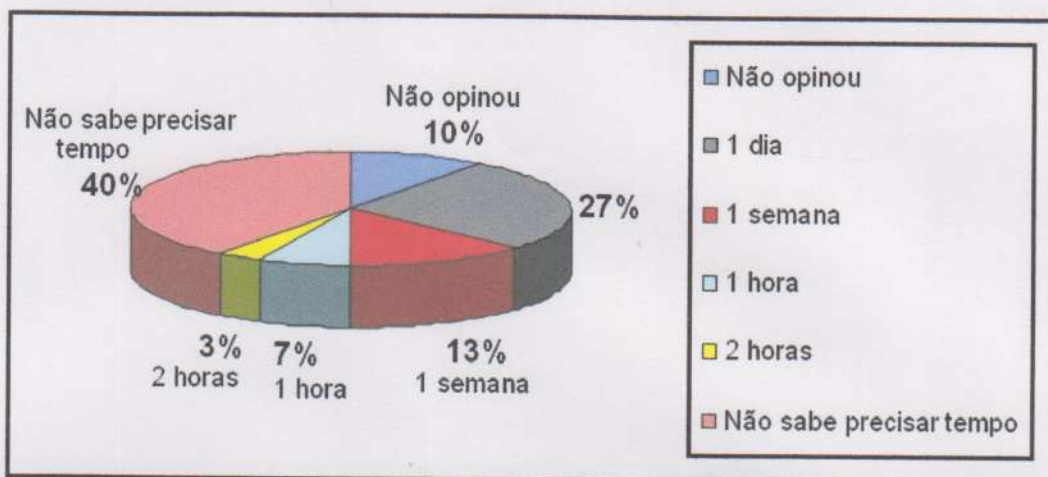


Gráfico 14 – Tempo de resposta às solicitações dos colaboradores
Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

O gráfico 14, mostra que os colaboradores não sabem precisar em 40% quanto tempo se dá à espera de resposta às solicitações feitas aos gestores. Já 40% dos entrevistados responderam que aguardam de 1 dia até 1 semana. Poucos resultados são dados no mesmo dia. Como cliente interno percebe-se que há deficiência no atendimento desse cliente, os setores têm que se comunicar com mais frequência.

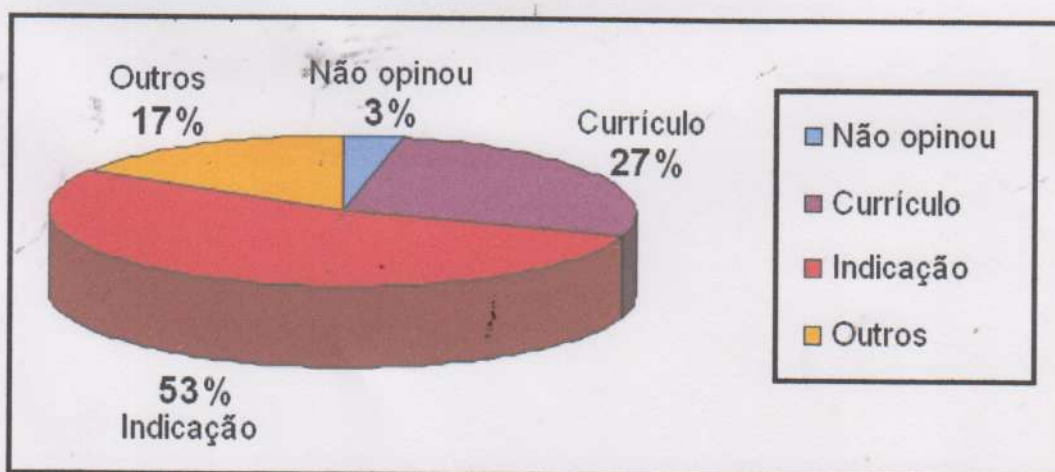


Gráfico 15 – Sua entrada na empresa se deu por meio de qual processo seletivo?
Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

O gráfico 15 apresenta que 53% dos funcionários estão na empresa por indicação, já 27% foram selecionados através do currículo. Portanto, a empresa não possui um processo seletivo formalizado, ainda é bastante presente a informalidade quanto a este item.

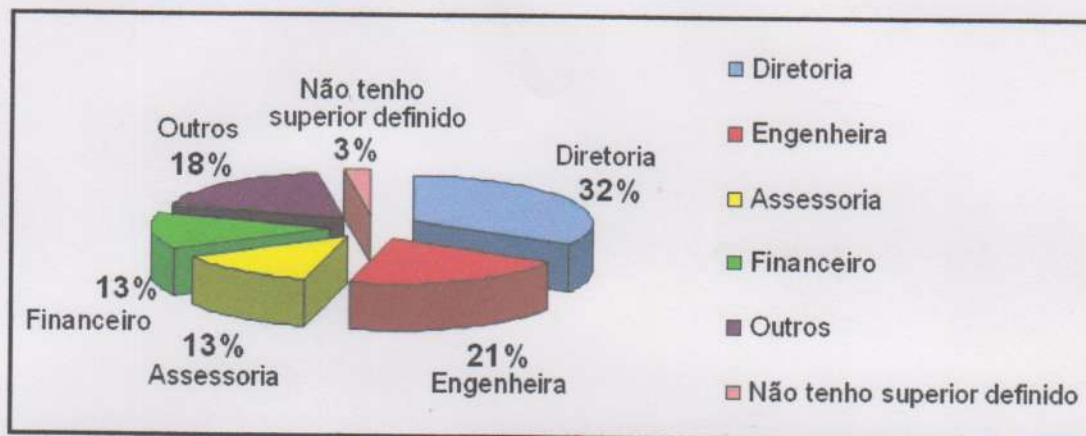


Gráfico 16 – Recebe ordens de qual superior
Fonte: Pesquisa aplicada em (2009)

O gráfico 16 indica que 32% dos funcionários são comandados pelo Diretor, 21% são comandados pela Engenheira, 13% pelo Assessor, e 13% pela responsável pelo setor financeiro. Salienta-se que nenhum dos três últimos cargos são membros da família, mas tiveram provavelmente seu ingresso na empresa por indicação.

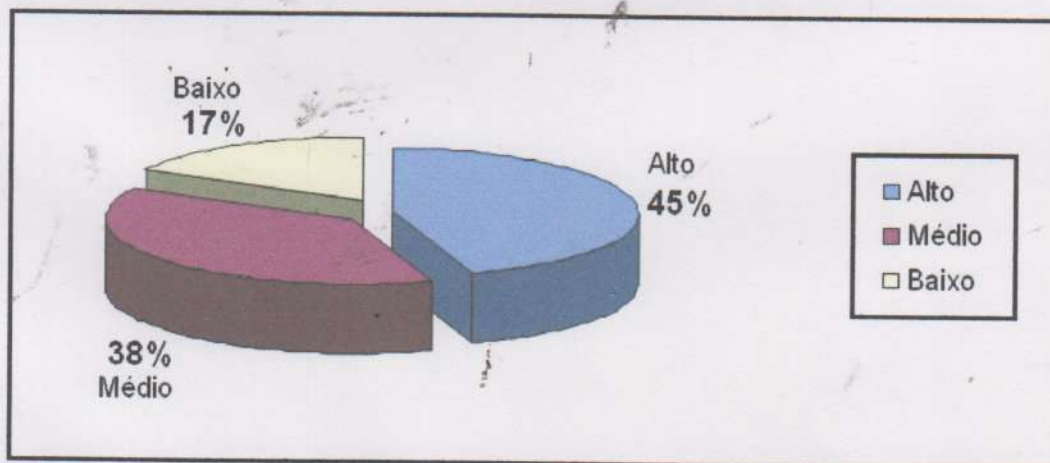


Gráfico 17 – Qual o seu nível de motivação
Fonte: Pesquisa aplicada em set/2009

De acordo como gráfico 17, observa-se que, 45% dos pesquisados sentem-se altamente motivados, 38% deles se sentem em nível médio de motivação, e 17% está dentro de um quadro de motivação baixa.

Observa-se assim, que apesar dos problemas relacionados a renda e ao processo de seleção existentes na empresa, os funcionários possuem em percentual favorável de motivação.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A partir dos resultados obtidos com a pesquisa realizada no escritório central da construtora G5, constata-se quanto ao perfil dos funcionários que o sexo predominante é feminino, com idade entre 18 e 25 anos, solteiros, possuindo 2º grau completo e renda familiar de 3 a 4 salários mínimos.

Com relação ao objetivo da presente monografia, observa-se que dentre os diversos canais de comunicação disponíveis na empresa para uso por parte de seus colaboradores a intranet, é o que apresenta os maiores índices de utilização e com melhores níveis de eficácia.

Analisa-se também, no estudo, um grau elevado na centralização do processo decisório, acarretando por consequência uma sobrecarga na agenda da diretoria, com evidentes perdas de eficiência e eficácia para as diversas áreas da empresa.

Recomenda-se, portanto, que a empresa reveja todos os fluxos dos seus processos administrativos, técnicos e operacionais, com ênfase na delegação de alguns níveis de descrição.

REFERÊNCIAS

BERVIAN. Pedro Alcino Bervian; CERVO. Amado Luiz. **Metodologia Científica**. 4 ed. São Paulo: Makron Books, 1996

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas organizações**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa**. São Paulo: Monale, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de empresas: uma abordagem contingencial**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a teoria geral da administração**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a teoria geral da administração**. Compacta edição. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LAKATOS. Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1991

LOPES, Wagner, Mercado imobiliário natalense espera crescer mais de 2009. **Revista Negócios** ano III, Ed. 18, Natal RN: Executiva, fev. 2009

MATTA, Fernando C.P. **Teoria geral da administração: uma introdução**. 22 ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

MATTAR, Frauze Najib. **Pesquisa de Marketing: Metodologia e Planejamento**. São Paulo: Atlas, 1999

MAXIMIANO, Antonio César Amauri. **Teoria Geral da Administração: da escola científica à competitividade na economia globalizada**. 2ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação Empresarial: Conceitos e Técnicas para Administração**. 2 ed. Campinas: Alínea, 2000.

TEIXEIRA, Leonardo. **Comunicação na Empresa**. Rio de Janeiro: FGN, 2008.

VERGARA. Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1998

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

Caro funcionário,

Estamos realizando uma pesquisa com o objetivo de avaliar a eficácia da comunicação empresarial na empresa G5. Para tanto, gostaríamos de contar com sua colaboração respondendo as questões abaixo. Desde já agradecemos.

I-PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS

1-Sexo

☐ feminino ☐ masculino

2-Faixa Etária

☐ Abaixo de 25 anos ☐ De 31 a 35 anos ☐ De 41 a 45
☐ De 25 a 30 anos ☐ De 36 a 40 anos ☐ Acima de 45 anos

3-Estado Civil

☐ Casado(a) ☐ Divorciado (a) ☐ Viúvo(a)
☐ Solteiro(a) ☐ Separado(a) ☐ outro

4-Renda familiar em salários mínimos(SM)

☐ Menos de 1SM ☐ De 3 a 4 SM ☐ De 7 a 8 SM
☐ De 1 a 2 SM ☐ De 5 a 6 SM ☐ Acima de 8 SM

5- Escolaridade

☐ 1º grau completo ☐ 2º grau completo ☐ 3º grau completo
☐ 1º grau incompleto ☐ 2º grau incompleto ☐ 3º grau incompleto
☐ pós- graduado

6 . Sua família é composta de quantas pessoas?

☐ moro sozinho(a) ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ mais de 5

II-DADOS AVALIATIVOS

1.Através de quais canais são transmitidas as informações entre os gestores e colaboradores?

☐ Intranet ☐ jornal da empresa ☐ e- mails
☐ recado de papel ☐ telefone ☐ radiocomunicação

2. Com que frequência os gestores tem acesso as informações dos colaboradores?
() diariamente () semanalmente () quinzenalmente () mensalmente
3. Com que frequência os colaboradores tem acesso as informações dos gestores?
() diariamente () semanalmente () quinzenalmente () mensalmente
4. Existe a participação dos colaboradores na tomada decisão de alguma atividade?
Quais? _____
() sim () não
5. Qual o nível de autonomia dos colaboradores em resolver situações complicadas?
() alto () baixo () médio
6. Qual o tempo de resposta de uma solicitação feita por um colaborador?
() 1 dia () 2 dias () 1 semana
() 1 hora () 2 horas ()
8. A quanto tempo trabalha na Construtora G5?
() ate 6 meses () ate 1 ano () ate 3 anos () mais de 3 anos
9. Qual a forma que você ingressou na construtora?
() currículo () indicação () outros: _____
10. Você recebe ordens de qual superior abaixo?
() Sami () Francisca () Marcos Vinícius () Patrícia
() outros: _____ () não tenho superior definido.
11. Qual a função que você ocupa?
() Gerente () Assistente Adm () Engenharia () Financeiro
() outro: _____
12. Qual o nível de motivação que você se encontra?
() alto () médio () baixo