

COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE SUCESSO EMPRESARIAL FACE ÀS MUDANÇAS NO MERCADO DE NEGÓCIOS

Internal communication as a company success factor in a changing business
market

Julia Zaida Cuaira

Universidade Licungo, Moçambique

jcuaira@unilicungo.ac.mz | ORCID: 0009-0000-1674-2074

RESUMO

A pesquisa intitulada "comunicação interna como factor do sucesso empresarial face às mudanças no mercado de negócios", foi um estudo realizado numa empresa de telefones móveis na província de Sofala, Moçambique. Teve como objectivo compreender em que medida o processo de comunicação interna estabelecido entre os colaboradores da empresa contribui para sucesso da mesma, face às adversidades impostas pelo mercado. Foi utilizada uma abordagem qualitativa recorrendo a revisão bibliográfica e entrevistas para levantamento de dados relacionados com o processo de comunicação interna. Com a interpretação dos dados, constatou-se que existe na empresa uma violação da cadeia hierárquica de comando, isto é, os canais formais usados, regra geral não obedecem à hierarquia, tornando o sistema de comunicação interno ineficiente e comprometendo as metas e os resultados da empresa. Na empresa existem barreiras de comunicação ligadas ao contexto cultural, linguagem e sobrecarga de informação que influenciam negativamente os fluxos de comunicação descendente, ascendente e horizontal. Como proposta de melhoria de sistema de comunicação interna propõe-se um reajuste da estrutura organizacional com definição de linhas de autoridade que clarifiquem os fluxos de comunicação descendente, ascendente e horizontal. Os dados analisados sugerem que o sucesso empresarial percebido pelos colaboradores da empresa é "aparente", pois, apenas espelha ganhos quantitativos alcançados pela empresa no período em estudo, os quais não se refletem qualitativamente na vida dos seus profissionais. Sugere-se: i) a criação de um departamento de comunicação, que apoie a execução dos planos estratégicos da empresa; ii) a utilização de canais de comunicação que possam garantir o processamento e armazenamento de dados; iii) o investimento em sistemas de comunicação interna tirando proveito da comunicação informal; iv) implementar sistemas de benefícios sociais ajustados aos resultados da empresa. Será também importante desenvolver pesquisas ligadas à cultura e ao desenvolvimento organizacional, assim como estudos sobre liderança, de forma a melhorar o conhecimento da importância do bom relacionamento para o sucesso de qualquer empresa/instituição.

Palavras-chave: Comunicação interna, sucesso empresarial, organizacional.

ABSTRACT

The research entitled internal communication as a factor of business success in the face of changes in the business market, was a study carried out in a mobile phone company in Sofala, Mozambique. It aimed to understand to what extent the internal communication process established among the company's employees contributes to its success, through the adversities imposed by the market. A qualitative approach to the facts was used with the aid of a bibliographic search, interview techniques and documental study. A survey of data related to the internal communication process used in the company was carried out, with the subsequent analysis and description of the collected data. It was observed a violation in the chain of command in the company, that is, the formal channels used, as

a rule, do not obey the hierarchy, which makes its communication system quite heavy, compromising the goals and company results. In the company there are communication barriers linked to the cultural context, language and information overload that negatively influence the downward, upward and lateral communication flow. As a proposal to improve the internal communication system for the company, it is suggested a readjustment of the organizational structure with the definition of lines of authority that clarification of downward, upward and lateral communication flows. It was also observed that the business success perceived by the company's employees is "apparent", as it only reflects the quantitative gains achieved by the company in the period under study, which are not qualitatively reflected in the lives of its professionals. Based on these findings it is suggested : i) the creation of an internal communication department to support the execution of the company's strategic plans; ii) that the company use communication channels that can guarantee the processing and storage of data; iii) the investment in internal communication systems taking advantage of informal communication; iv) the implementation of social benefits adjusted to the results of the company, so that the success of the company can be effectively perceived. It is also important to carry out research related to culture and organizational development, as well as studies on leadership, to enhance the knowledge about the importance of good relationships for the success of any company/institution.

Keywords: Internal communication, business success, organizational.