

GESTÃO DE PESSOAS E A COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA ENTRE GESTORES, FUNCIONÁRIOS E CLIENTES NAS ORGANIZAÇÕES

*Eduardo Gomes da Silva*¹, *Cláudia Cristina Batistela Francisco*²

¹Acadêmico do Curso de Administração, Centro Universitário de Maringá - UNICESUMAR., Mestrando em Medicina Veterinária pela UNIMES. eduardogomes472@gmail.com

²Orientadora, Mestre, Professora do curso de Administração - EAD, UNICESUMAR. claudia.batistela@unicesumar.edu.br

RESUMO

A comunicação interna entre gestores e funcionários de uma organização vem demonstrando avanços no sentido de que os gestores estão cada vez mais perto de seus clientes internos, e com isso, acabam trabalhando em conjunto, auxiliando na resolução de problemas que estejam relacionados a parte interna da organização e ajudando na melhoria do atendimento aos clientes externos, que buscam por produtos ou serviços na empresa. Diante disso, o objetivo do presente estudo é analisar dados teóricos, baseando-se em revisão bibliográfica sobre gestão de pessoas e a comunicação interna e externa entre gestores, funcionários e clientes nas organizações. Para o alcance do objetivo desse trabalho, a metodologia utilizada é a pesquisa exploratória, tendo como coleta de dados o levantamento bibliográfico. A escolha do tema justifica-se por refletir a importância da gestão de pessoas nas organizações, a função dos gestores na comunicação interna com os funcionários, a relação entre gestão de pessoas e endomarketing, com intuito de melhorar a convivência entre clientes internos, e seus gestores, melhorando o relacionamento com seus clientes externos. Espera-se com a conclusão do estudo que os dados obtidos sirvam para nortear as empresas sobre a importância da comunicação interna e externa entre funcionários e clientes, para obtenção da melhor qualidade do trabalho no ambiente corporativo.

Palavras-Chave: Endomarketing; Recursos Humanos; Planejamento Organizacional.

1 INTRODUÇÃO

A Gestão de Pessoas é um conjunto de habilidades que o gestor, seja ele um gerente, diretor ou chefe, deve ter para lidar com os funcionários de sua empresa. O gestor deve ser capaz de delegar tarefas, aconselhar, motivar e planejar metas para os seus colaboradores.

Segundo Chiavenato (2010, p.9), Gestão de Pessoas é definido como:

Conjunto de políticas e práticas necessárias para conduzir os aspectos da posição gerencial relacionados com as pessoas ou recursos humanos, incluindo recrutamento, seleção, treinamento, recompensas e avaliação de desempenho.

Dentro das organizações a Gestão de Pessoas está sendo deixada para os próprios Gestores que trabalham junto com os colaboradores, onde o principal papel deles é acompanhar o desenvolvimento de cada um, de forma a identificar problemas e procurar soluções mais rápidas, deixando a parte de recrutamento, seleção e treinamento para o departamento de recursos humanos, na qual estão

mais antenados em demonstrar os principais pontos da organização e escolher a melhor pessoa para ocupar determinado cargo.

Conforme Bohlander (2015), a gestão de pessoas envolve diversas atividades na organização, sendo elas análise do ambiente competitivo e planejamento e organização de cargos, para que toda sua estratégia organizacional seja implantada de forma a garantir o melhor rendimento das atividades a serem desempenhadas.

A comunicação nas organizações tem um papel fundamental na busca do conhecimento, onde compreendem as práticas que a empresa utilizada, facilitando a troca de informações dentro da organização.

Segundo Ribeiro (2006, p.27), o que era controlado, conservado e restrito passou a ser proposto, garantido e significado, definindo uma nova linha de pensamento da função dos Recursos Humanos.

O Endomarketing diz respeito à comunicação interna dentro da empresa entre gestores e funcionários, onde a empresa está ligada com os resultados internos e externos também, através de seus interlocutores, ou seja, seus clientes.

Afinal, o endomarketing é definido como ações de marketing, gerenciadas e dirigidas ao público interno das organizações e empresas focadas no lucro, segundo Bekin (2006, p.48).

E com base nas ações de marketing que são voltadas para os colaboradores da organização, são de extrema importância, visando principalmente a melhor comunicação entre todos os departamentos, de forma que melhore a qualidade dos serviços prestados dentro da empresa, onde irá influenciar a todos, principalmente os clientes externos.

Para Marins (2006), o endomarketing no contexto atual é de grande importância na organização, onde ele auxilia a empresa a tomar atitudes que visem melhorar seu lado estratégico, melhorando o relacionamento com seus clientes internos e externos, de forma que atinja uma posição de crescimento no meio corporativo e que proporcione, aos seus colaboradores, melhores condições de qualidade de vida no trabalho e fora dele.

Além disso, conforme Kotler (2006, p.18), o marketing interno deve sobrepor o marketing externo, assim, torna-se necessário a integração interna entre os colaboradores, de forma clara, educativa, transmitindo conhecimento, além de gerar informações.

Uma das estratégias que está sendo muito utilizada em grandes corporações para melhorar a comunicação interna e externa é a implantação de um conjunto de instrumentos que caracterizam as práticas do marketing interno.

A escolha do tema justifica-se por refletir a importância da gestão de pessoas nas organizações, a função dos gestores na comunicação interna com os funcionários, a relação entre gestão de pessoas e endomarketing, com intuito de melhorar a convivência entre clientes internos, e seus gestores, melhorando o relacionamento com seus clientes externos.

Diante disso, o objetivo do presente estudo é analisar dados teóricos, baseando-se em revisão bibliográfica sobre gestão de pessoas e a comunicação interna e externa entre gestores, funcionários e clientes nas organizações.

Além disso, o tema é atual e necessário nas organizações, por conta das constantes mudanças na área da gestão de pessoas, onde a comunicação entre gestores muda constantemente em relação a criatividade e inovação nas tecnologias, onde são fundamentais para o crescimento da organização.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia utilizada para este estudo, envolve a pesquisa exploratória, tendo como coleta de dados o levantamento bibliográfico sobre gestão de pessoas e a comunicação interna entre gestores, funcionários e clientes nas organizações.

O trabalho se baseou na leitura e interpretação dos estudos dos autores Bekin (2006); Bohlander, et al, (2015); Chiavenato (2010); Kotler (2006); Marins (2006) e Ribeiro (2006), sendo necessária a análise e discussão dos conteúdos apresentados por cada um, visando compreender o tema proposto.

Ao final, serão realizadas análises, e comparações, entre os materiais e conteúdos apresentados, visando compreender a forma como a gestão de pessoas e a comunicação interna são apresentadas e discutidas pelos autores em seus estudos. E se tais informações são ou não relevantes para o desenvolvimento das organizações no mercado.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o desenvolvimento da pesquisa, será possível identificar a importância de obter dados necessários para entender como funciona a comunicação interna e externa entre gestores, funcionários e clientes nas organizações, de forma que com o trabalho realizado, possa ser utilizado como fonte de estudos futuros para impactar outros pesquisadores a identificar falhas na comunicação e sugerir mudanças que possam servir de base para melhorar o relacionamento entre todos na organização, e com isso diminuir gargalos na comunicação, onde é um ponto crítico no meio corporativo nos dias de hoje.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o presente estudo será possível verificar a importância da comunicação interna e externa entre gestores, funcionários e clientes nas organizações, onde o assunto pesquisado visa identificar, que sem uma comunicação interna e externa eficaz, as empresas não conseguem atingir seus objetivos, trazendo grandes prejuízos para o andamento de suas atividades.

As inferências acima descritas serão analisadas dentro de seu contexto, onde os resultados não são conclusivos visto que a comunicação interna e externa entre gestores, funcionários e clientes na empresa está sempre passando por mudanças, e que deve ser acompanhado de perto para evitar grandes transtornos para todos que participam dessa comunicação.

O propósito do presente artigo será proporcionar novas discussões sobre o tema gestão de pessoas, sobre a ótica do endomarketing, por meio da comunicação interna e externa entre gestores e funcionários e clientes nas organizações.

Importante ressaltar que uma boa comunicação organizacional ajuda a auxiliar tomadas de medidas eficazes no ambiente corporativo, principalmente no que se diz em termo de alcançar não somente o sucesso, mas também

manter um bom relacionamento dentro e fora da empresa, trazendo maior visibilidade para todos que trabalham nela.

REFERÊNCIAS

BEKIN, S. F. **Endomarketing: Como praticá-lo com sucesso**. 1 ed, São Paulo: Prentice-Hall, 2006.

BOHLANDER, et al. **Administração de Recursos Humanos**. 16 ed, São Paulo: Cengage Learning, 2015.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3 ed, Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 12 ed, São Paulo: Prentice Hall, 2006.

MARINS, C. S. **Endomarketing. Material didático. Curso Politécnico em Recursos Humanos**. Universidade Estácio de Sá. Campos dos Goytacazes, 2006.

RIBEIRO, A. L. **Gestão de Pessoas**. 7 ed, São Paulo: Martins Fontes, 2006.