

FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE - FANESE
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS

ANA CRISTINA CABRAL SANTOS

CLAUDIA LISBOA RODRIGUES

ELIENE LIMA BARBOSA

JOSÉ ADRIANO DE OLIVEIRA

MARIA APARECIDA SANTOS SILVA

SYLVIA CRISTINA LACERDA CARDOSO LIMA

TEREZA CRISTINA DIAS SOUZA GUEIROS

VANESSA MARIA DE OLIVEIRA VALÉRIO

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Confrio Empreendimentos Técnico de Refrigeração – Ltda.

Aracaju/SE
2010

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL
Confrio Empreendimentos Técnico de Refrigeração – Ltda.

Relatório apresentada ao Professor de Comunicação Empresarial, como requisito para nota da terceira avaliação para obtenção do título de Assistente em Processos Gerenciais.

Orientador: Prof^ª Moacir Araújo de Souza

Aracaju/SE
2010

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
2 RESUMO	5
3 SOLICITAÇÃO DE VISITA TÉCNICA.....	6
4 RELATÓRIO DE VISITA TÉCNICA	7
5 QUESTIONÁRIO.....	9
6 SLIDES	11
7 ANÁLISE CRÍTICA.....	18
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	19
9 FOTOS.....	20
10 REFERÊNCIAS	28

1 – INTRODUÇÃO

O Relatório presente relata como as empresas usam as ferramentas estudadas nas disciplinas para gerenciar seu negocio. Para tanto usamos como referência a matéria estudada, que faz parte da grade curricular do curso de Processos Gerenciais, 1º Período, 01/2010.

Através de um questionário formulado pelos alunos do grupo de estudo, no dia 04 de Junho do corrente ano, realizou – se a visita técnica a empresa Confrio Empreendimentos Técnico de Refrigeração Ltda., escolhida por ser uma empresa de tem um setor de Comunicação atuante no grupo.

Recepcionados pelo Sr. Neilton Batista Santana, coordenador do Setor de Comunicação. O grupo foi apresentado a todos os setores da empresa, pode – se observava que a comunicação é feita através de Murais, Cartazes Espalhados, plotagem em sua parte de atendimento.

Durante a entrevista pode – se apurar que o setor de comunicação faz parte de todos os setores, sempre com objetivo de melhora a imagem da empresa, tanto para seus clientes externos, quantos para seus clientes internos.

2 – RESUMO

Através de um estudo de caso desenvolvido na empresa Confrio Empreendimentos, serão demonstrados como as ferramentas de gestão estudadas nesse período são implementados na administração da empresa. Trata – se de uma de prestação de serviço em refrigeração.

O setor de comunicação foi implantado à dois anos, hoje com a coordenação do Sr. Neilton Batista Santana. A visita foi realizada no dia 04 de Junho de 2010 na Sede da empresa situada na Rua Santa Catarina, 761 – Siqueira Campos – Aracaju/Se. Primeira etapa foi conhecer toda a empresa, tirar fotos sobre mural, setores, entender como a empresa trabalhar e que cada setor faz. Em seguida fizemos a entrevista com Sr. Neilton, onde pode – se abordar todos questionamentos sobre Comunicação externa, interna, interpessoal, Feedback, reuniões. A importância e o impacto da comunicação na empresa, as barreiras encontradas para boa comunicação.



Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe
Associação de Ensino e Pesquisa "Graccho Cardoso"

SOLICITAÇÃO VISITA TÉCNICA
DADOS PRELIMINARES

DISCIPLINA	PER PROFESSOR	DATA DA VISITA
Comunicação Empresarial	Moacir Araújo de Souza	05 / 06 / 2010

EMPRESA A SER VISITADA

Confrio Empreendimentos Técnicos de refrigeração Ltda

ENDEREÇO

Rua Santa Catarina, 761 - Siqueira Campos – Aracaju - SE

PESSOA DE CONTATO

Neilton Batista Santana

CARGO

Coordenador de Comunicação

TELEFONE

79-3234-1200

E-MAIL

Não possui

QTDE DE ALUNOS

08 (oito)

OBJETIVO DA VISITA

Conhecer o plano de comunicação implantado na empresa visitada e sua Assessoria de Comunicação, com vistas ao estabelecimento de um paralelo com as teorias discutidas em sala de aula.

Apoio Logístico necessário:

Transporte: () Sim () Não

Alimentação: () Sim () Não

Assinatura do Docente

____/____/____
Data da Solicitação

De acordo

Autorizado

Coordenador do Curso

Data: ____/____/____

Coordenador Acadêmico

Data: ____/____/____



Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe
Associação de Ensino e Pesquisa "Graccho Cardoso"

RELATÓRIO DE VISITA TÉCNICA

Nº ALUNOS

DURAÇÃO DA VISITA (TEMPO)

08

2h30min

Data visita: 05/ 06/ 2010

ALUNOS PARTICIPANTES

Ana Cristina Cabral Santos
Claudia Lisboa Rodrigues
Eliene Lima Barbosa
Sylvia Cristinha Lacerda Cardoso Lima
Maria Aparecida Santos Silva
José Adriano de Oliveira
Tereza Cristina Dias Souza Gueiros
Vanessa | Maria de Oliveira Valério

DESCRIÇÃO DA VISITA

O setor de comunicação é coordenado pelo Sr. Neilton Batista Santana, graduado em comunicação social, habilitado em relações públicas com MBA em Marketing executivo.

A Confrio é uma empresa no ramo da refrigeração e condicionadores de ar. Tem uma forma de comunicação básica. Sua comunicação se dá através de mural de recados, telefone, e-mail, MSN interno, uniforme, crachá, algumas poucas placas de comunicação, reuniões, celebrações, treinamentos, cartão de visita, folder, fax, CI, ofícios, atas, dentre outros.

No momento a empresa não possui intranet nem home Page, mas está em desenvolvimento, com implantação dentro de dois meses. Sua comunicação externa visando o marketing não é muito feito, pois segundo o senhor Neilton não gostaria de muita poluição visual com a logo marca da empresa como também não tem estrutura física, nem de pessoal para atender o aumento da demanda.

Suas reuniões são apenas departamental com presença de líderes de setores, nesta são discutidas planejamentos e metas futuras.

Tem uma comunicação interpessoal boa, onde colaboradores tem total liberdade dentro da empresa e fácil acesso a diretoria onde pode estar dando e recebendo feedback, bem agradável..

Aparentemente a empresa tem um bom clima organizacional.

Fazem uso das ferramentas de comunicação apenas nas necessidades e o uso de papel para as mesmas é mínimo.

O Plano de desenvolvimento dos trabalhos do setor de comunicação esta vinculado a:

Responsabilidade pelas organizações das reuniões, com técnicos, colaboradores, líderes de setores, planejamento com diretores praticando também feedback sobre reuniões passadas. Cursos sobre Comunicação Interna e externa, forma de atendimento ao cliente, favorável a cultura da leitura, suas comunicações neste mural precisa ser o mais clara e objetiva possível.

Tem um sistema muito bom, onde qualquer colocador pode dar um status consultando o sistema.

Tem um sistema de pesquisa de satisfação (pós-venda), onde busca avaliar como o cliente se sente com o atendimento prestado pela empresa e corrigindo eventuais erros ou insatisfação.

A assessoria de comunicação, foi implantada na empresa há dois anos, porem, a quatros meses está sendo coordenada pelo senhor Neilton, o qual tem total ciência que o processo precisa melhorar e estar buscando isso.

A importância do cliente interno são uma dos exemplos do que a empresa tenta passar para seus colaboradores, no intuito que todos os setores trabalhem de forma unificada e ciente que a informação clara e objetiva faz toda a diferença no atendimento.

Para o cliente externo existe um sistema, onde cada passo do seu atendimento é registrado e qualquer setor esta habito a entra em seu cadastro e informar sobre o atendimento, com o objetivo de solucionar eventuais problemas.

O Lema do setor de comunicação é: NÃO É O QUE SE DIZ E SIM COMO SE DIZ".

Para tentar minimizar os conflitos entre pessoas, são ministradas palestras, confraternizações, ato ecumênico, chamadas para responsabilidade social. como lidar com conflitos

OBSERVAÇÕES

A assessoria de comunicação, foi implantada na empresa há dois anos, porem, a quatros meses está sendo coordenada pelo senhor Neilton, o qual tem total ciência que o processo precisa melhorar e estar buscando isso.

Data: ____/____/____

Assinatura

5 - QUESTIONÁRIO

1- Quais são os meios de comunicação utilizados pela Confrio junto aos seus clientes internos?

Recebem e-mail. O jornal interno denominado "Confrio Informa" vinculado semanalmente com notícia interna e externa, cursos.

2- Quais são os meios de comunicação utilizados pela Confrio junto aos seus clientes externos?

Busdoor, outdoor, vinculação nas principais emissoras e rádio e TV, Placa de sinalizações em obras, adesivos nos aparelhos atendidos pela empresa.

3- De que forma a Confrio estimula os seus colaboradores a praticar uma comunicação mais clara e assertiva?

Cursos relacionamento interpessoal, faz pesquisa de clima onde os colaboradores podem expor suas dificuldades

4- A Confrio disponibiliza ao seu público alvo alguma forma de recebimento de críticas e sugestões?

Temos um setor de atendimento com 10 colaboradores exclusivamente para resolver os problemas dos clientes, escutarem suas solicitações, critica e sugestões, toda informação é registrada em um sistema onde uma ordem de serviço é aberta para encaminhamento da dívida solução.

5- Quais são os tipos de instrumentos da comunicação utilizados pela Confrio junto aos seus clientes internos e externos?

Mala direta, BSC, mural, folder, jornais internos, CI, telefone, fax, e-mail.

6- Existe alguma forma hoje na empresa para medir o grau de satisfação dos clientes perante os serviços prestados? Em caso afirmativo como a empresa trata o fato de ter algo a ser melhorado?

Contido no setor de comunicação existe o CVA (controle de qualidade), onde tem um colaborador exclusivo para ligar para cada cliente atendido fazendo a pesquisa de satisfação pontuada de 1 a 5 onde o cliente pode sugerir ou criticar atendimento prestado os resultados são computados e passados para os colaboradores como ferramenta de feedback, onde propomos a melhoria com o objetivo único de satisfazer nosso cliente.

7- Existe na Confrio um setor específico de assessoria de comunicação? Como este setor interage junto às demais áreas da organização?

Sim – O objetivo principal do setor é contribuir para o desenvolvimento do processo de comunicação e consolidação do conceito e imagem da empresa e comunicação organizacional dentro da empresa.

8- Quais os retornos com a comunicação externa na empresa?

No ambiente externo a empresa se tornou mais conhecida e valorizada, tanto pelos clientes, fornecedores como também pelos concorrentes.

9- Qual público a empresa busca atingir?

Todo mercado sergipano, utilizando da vantagem de ser a única autorizada Brastemp e Cônsul no estado de Sergipe e no mercado Alagoano com soluções em climatização.

10- Das ferramentas de comunicação interna vocês mais usam?

Não existe há mais usada, pois a uma determinada situação, assim quando uma ferramenta não chega ao colaborador a outra chega.

11- Em sua opinião essas ferramentas afastam mais as pessoas, ainda que o rendimento tenha aumentado?

Não. Pelo contrário, aproximou mais, pois os colaboradores se comunicam através da rede de sistema.

12- Eu que situação essas ferramentas não são usadas? Por quê?

São usadas, porém as mais comuns dentro da empresa são: mural, MSN inteiro, endereçamento interno, sala de reuniões.

13- Como funciona os projetos sociais?

São feitos em pequenas escalas, não seguindo padrão nem cronograma, apenas quando surgem oportunidades. Ou urgência (Ex.: As fortes chuvas no mês de Abril/10 houve uma arrecadação e distribuição de alimentos e agasalhos).

14- Existe mão-de-obra especial (Funcionário com necessidades especiais)?

No momento não há nenhum na empresa.

15- A empresa usa a ferramenta feedback?

Sim. Com relacionamento entre cliente/empresa numa espécie de ouvidoria. Entre funcionários existe o livre acesso, permitindo os colaboradores, esporem suas opiniões.

16- Como funciona o relacionamento chefia e subordinado?

A relação é feita sinergicamente, estão sempre em comunicação, seja na ordem de cima para baixo para cima.

17- Como é feita, com que frequência e gerais os participantes de reuniões dentro da empresa?

As reuniões aconteceram com cada supervisor dos departamentos, porém não é feita com tanta frequência e quando se reúnem tratam de planejamento e metas. Porém a comunicação é entrelaçada entre setores.



TRABALHO DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Prof. Moacir Araujo.

Curso: Tec. Assistente em Processo Gerenciais

1º Período

GRUPO DE ESTUDO

- ◊ Ana Cristina Cabral Santos
 - ◊ Claudia Lisboa Rodrigues
 - ◊ Eliene Lima Barbosa
 - ◊ José Adriano de Oliveira
 - ◊ Maria Aparecida Santos Silva
 - ◊ Sylvia Cristina Lacerda Cardoso Lima
 - ◊ Teresa Cristina Dias Souza Gueiros
 - ◊ Vanessa Maria de Oliveira Valério
- 

EMPRESA VISITADA: CONFRIO



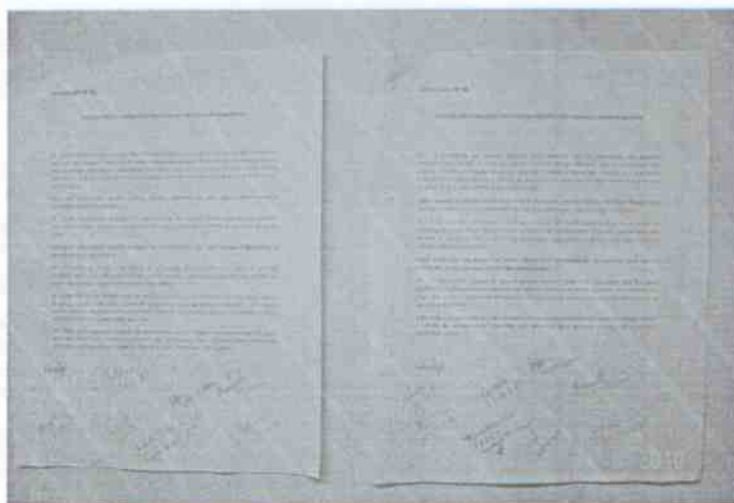
AGENDA

- Apresentação
- Assessoria Comunicação
- Comunicação Interna
- Comunicação Interpessoal
- Comunicação Intrafuncional
- Comunicação Externa
- Análise Crítica
- Considerações Finais

COMUNICAÇÃO INTERNA

- Mural
- E-mail
- MSN Corporativo
- Telefone
- Fax
- CI
- Celebrações
- Reuniões
- Treinamentos

COMUNICAÇÃO INTERNA



COMUNICAÇÃO INTERNA



COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL

- Fácil acesso aos líderes
- Clima organizacional



COMUNICAÇÃO INTRAFUNCIONAL

- Relação entre setores
- Relação entre unidades



COMUNICAÇÃO EXTERNA

- Propaganda
- E-mail
- Telefone
- Fax
- Uniforme
- Crachá
- Cartão de visita
- Ouvidoria
- Pesquisa de satisfação



ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

- Funcionamento
- Projetos sociais
- Mão-de-obra especial



ANÁLISE CRÍTICA

PONTOS FORTES

- Clima organizacional
- Sistema integrado
- Reuniões
- Busca constante por melhorias

PONTOS DE MELHORIA

- Estrutura física
- Treinamento para atendimento *in loco*
- Confecção de home page e intranet
- Manual normativo
- Caixa de sugestões (interna)
- Coleta seletiva
- Sinalização

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação na empresa antes e depois da implantação
do setor de assessoria de comunicação.

LEMA DA BOA COMUNICAÇÃO

O problema não está no
que se diz e sim:
Como se Diz

7 - ANALISE CRÍTICA

A empresa tem pouco tempo de implantação da assessoria de comunicação e por isso esta em fase de adaptação.

Os meios de comunicação utilizada são poucos, os colaboradores têm poucas opções para domar conhecimento dos acontecimentos da empresa, pois o meio mais utilizado é somente através de murais, porém como a grande maioria são técnicos e fazem trabalhos domiciliares não depõem de muito tempo para a leitura na empresa, o ambiente também não é propício para leitura.

Falta treinamento dentro da empresa para os técnicos, no que se diz respeito a atendimento a cliente.

A empresa não possui intranet, um meio de comunicação muito importante nas empresas hoje em dia, dificultando também o acesso a informação comunicação interna, como também não possui home page , dificultando assim o marketing da empresa.

Falta um ambiente mais agradável estruturalmente, para um melhor desempenho dos colaboradores, os meios de comunicação com exceção de murais não chega a todos os colaboradores com facilidade.

8 – CONSIDERAÇÃO FINAIS

Foi satisfatória a visita na empresa Confrio, pois atendeu aos anseios do grupo de trabalho, quanto às questões estudadas em sala de aula. Observamos que a empresa se preocupa com a imagem passada tanto para os clientes internos, quanto clientes externos. O Sr. Neilton mostrou que a preocupação que a comunicação tenha um objetivo claro, para que as mensagens sejam entendidas e tragam os resultados esperados. As parcerias da empresa é uma ferramenta importante para comunicação, através do bom nome das demais empresa a Confrio consegue chegar aos clientes de forma diferenciada e eficaz. Pode – se então concluir que uma boa Comunicação pode levar a empresa a crescer pois quando seus cliente interno estão ciente do planejamento estratégico fica mais fácil trabalhar pois cada integrante sabe do seu valor da a entidade. O grupo considera que deve – ser mais explicito as metas da empresa através da gestão a vista, caixa de sugestões, para melhorar a comunicação entre entidade e colaborador.






www.confrio.com.br

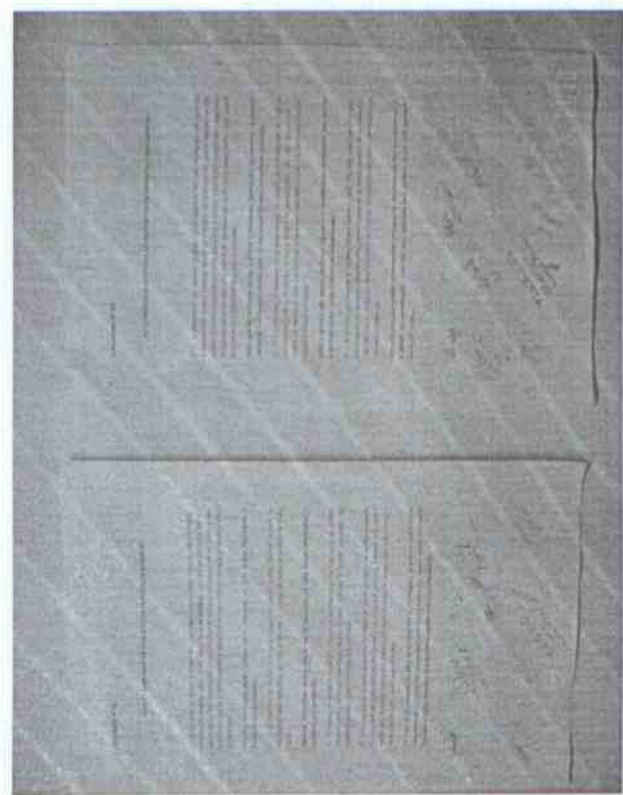
Você já tomou hoje seu chá de:

C - Competência
 H - Habilidades
 A - Atitude

5 6 2010



AC OFICINA	
AC	2
4	6
6	7
6	4
6	4



Missão

Oferecer conforto e segurança dos clientes através de soluções comercializando equipamentos de tecnologia e prestação de serviços de ar-condicionado e eletrodomésticos em geral.

Visão

Ser líder do mercado sergipano e alagoano em climatização de ambientes e prestação de serviço.

Vai Cancer?

Pensando se dá 19 de junho...

Vai Gremiação?

Se não for todo mundo...

Vai Fado?

Aqui no meio da rua!

Vai Jô?

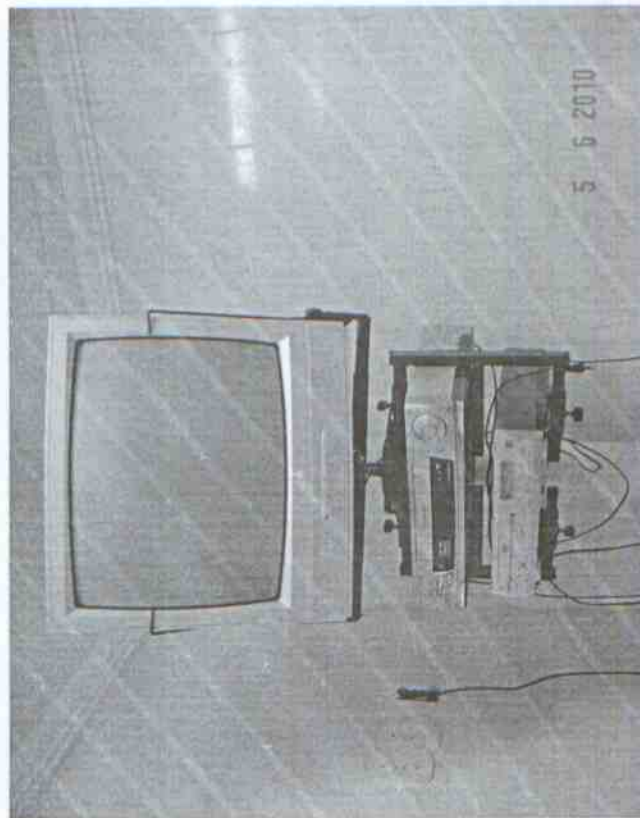
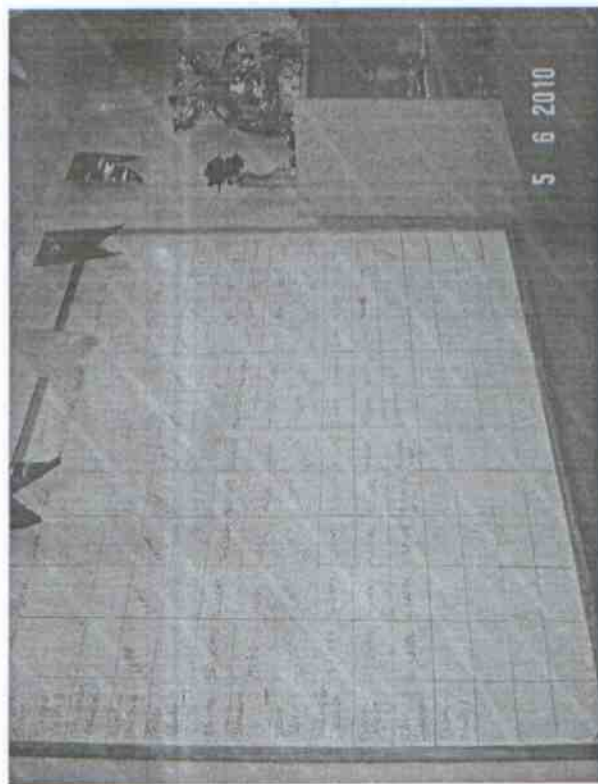
Tem que ir lá na...

em Tudo aqui

Ar Condicionado e Eletrodomésticos

5 6 2010











REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial – Teoria e Prática**. 1º Ed. Brochura, 2002