

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO

CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE  
MOTIVAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS UMA EMPRESA DE  
SERVIÇOS

Gimatã Jacob Scapini

Passo Fundo

2016

Gimatã Jacob Scapini

A comunicação interna como fator de motivação dos  
funcionários em uma empresa de serviços

Monografia apresentado ao curso de Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação da Prof.<sup>a</sup> Me. Valmíria Antonia Balbinot.

Passo Fundo

2016

Dedico ao meu companheiro que me deu forças para continuar a caminhada e toda minha família pelo apoio nesses quatro anos de curso. Dedico a todas as pessoas especiais que me apoiaram todo esse semestre e que entenderam minhas faltas nos dias que me dediquei a este trabalho, aos que me deram força.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha família, minha mãe Alecí, M. M. Scapini, meu pai Euclides Scapini e meus irmãos, Júnior Scapini e Ane Luisa Scapini, que me apoiaram e foram essenciais para minha formação pessoal.

Às minhas amigas Patrícia Cordeiro e Lisiane Kalischi, pelo incentivo e colaboração. Por estarem sempre dispostos a ajudar me ouvindo e convidando para descontraír alguns dias, e por todos colegas que foram essenciais em todos os trabalhos realizados durante o curso

Ao meu companheiro, Emílio Muneroli, que está todo dia comigo, ajudando a me tornar mais maduro, me mostrando que posso conciliar tudo e que no fim tudo dá certo.

À minha orientadora Prof. Ms. Valmíria A. Balbinot, pelo acompanhamento durante esse semestre, sempre achando um furo de horário para encaixar a orientação extra da semana.

À empresa pesquisada, por fornecer todos os dados que eu precisava para elaborar essa monografia e por permitir a pesquisa.

À Universidade de Passo Fundo e à Faculdade de Artes e Comunicação.

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo geral “verificar se a comunicação interna é fator de motivação dos funcionários em uma empresa de serviços”. Nesse sentido elegeu-se o Motel Paradiso de Passo Fundo. Em termos metodológicos, iniciou-se com uma pesquisa Bibliográfica buscando conceituar comunicação organizacional, comunicação interna, motivação e imagem empresarial, utilizando-se da leitura e da obtenção de informações. Utilizando-se de uma pesquisa qualitativa e quantitativa, envolvendo todos os funcionários do Motel Paradiso, de Passo Fundo, através de um questionário buscou-se saber o que os motiva a trabalhar e sua percepção sobre a imagem da empresa onde trabalha. Constatou-se então que a comunicação interna do Motel Paradiso de Passo Fundo não é fator de motivação para os funcionários pois não é efetiva e contém falhas.

**Palavras-chave:** Comunicação Organizacional. Comunicação Interna. Motivação. Comunicação Integrada. Imagem. Motel Paradiso.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: fluxos transversais da comunicação organizacional.....	19
Figura 2: Pirâmide de Cristal.....	25
Figura 3: Hierarquia de necessidades de Maslow .....	29
Figura 4: Organograma do Motel Paradiso de Passo Fundo .....	35

## LISTA DE QUADROS

Tabela 1: classificação das organizações segundo Etzioni.....	14
Tabela 2: classificação das organizações segundo Champion.....	15
Tabela 3: tipos de comunicação nas organizações segundo Hall (1984, p. 134).....	17

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Perfil do público interno do Motel Paradiso de Passo Fundo .....	38
Gráfico 2: Meios de comunicação interna utilizados no Motel Paradiso .....	40
Gráfico 3: Satisfação do funcionário com a empresa, chefia e colegas .....	40
Gráfico 4: O que motiva o funcionário do Motel Paradiso ir trabalhar.....	41
Gráfico 5: Visão dos funcionários sobre o ambiente interno.....	44

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>1. ORGANIZAÇÃO E COMUNICAÇÃO</b> .....	<b>12</b>
1.1 Organização no Contexto Social .....	12
1.2 Conceituando Organização .....	13
1.3 Tipos de Organização .....	14
1.4 A Comunicação Como Sistema.....	16
1.4.1 Funcionamento da comunicação organizacional.....	17
1.4.2 Fluxos de comunicação e comunicação administrativa .....	18
<b>1.5 Comunicação Empresarial Integrada</b> .....	<b>21</b>
<b>2. IMAGEM DAS ORGANIZAÇÕES</b> .....	<b>23</b>
2.1 Construção da Imagem Empresarial .....	24
<b>3. COMUNICAÇÃO INTERNA E MOTIVAÇÃO</b> .....	<b>27</b>
3.1 Motivação.....	27
3.1.1 Teorias clássicas de motivação.....	28
3.2 Comunicação Interna .....	31
3.2.1 Canais de comunicação nas organizações.....	33
3.2.2 Ferramentas de comunicação dos canais formais de comunicação .....	34
<b>4. MOTÉIS PARADISO: METODOLOGIA E ANÁLISE DE DADOS</b> .....	<b>35</b>
4.1 Dados da pesquisa.....	37
4.2 . Análise da Pesquisa .....	45
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>46</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>48</b>
<b>ANEXO A – QUESTIONÁRIO</b> .....	<b>51</b>
<b>ANEXO B – RESPOSTAS DA PESQUISA</b> .....	Erro! Indicador não definido.
<b>ANEXO C – AUTORIZAÇÃO DA EMPRESA</b> .....	Erro! Indicador não definido.

## INTRODUÇÃO

A comunicação interna tem por objetivo estabelecer vínculos da empresa com o funcionário buscando maior comprometimento dos trabalhadores, buscando motivá-los para aumentar a qualidade e a produtividade.

No Brasil, um funcionário dedica-se no mínimo oito horas de seu dia ao trabalho. São oito horas convivendo com pessoas que não são de sua família e estão lá pelo mesmo propósito. Se elas não estiverem em um ambiente adequado, de respeito, que ele se sinta bem, ele permanecerá na empresa somente por seu salário, não vai se exigir e vai se dedicar somente o mínimo que a empresa exige.

Segundo Brum (1994), um programa de comunicação interna, bem-feita, é capaz de encorajar ideias, diálogos, parcerias e envolvimento emocional. Tudo isso traz a felicidade das pessoas no ambiente em que trabalha, e essa deve ser a principal razão da implantação de tal programa.

Funcionários são essenciais para o funcionamento das empresas que fornecem produtos e principalmente nas que fornecem serviços, pois o produto fornecido é o serviço em que esse funcionário está trabalhando.

Objetivando lucros, muitas empresas se voltam basicamente para seus clientes, aplicando maior parte dos investimentos no “marketing”, e acabam esquecendo, de certa forma, do primeiro público, aquele que vai produzir o produto, e que trará o retorno financeiro para a empresa

Normalmente as empresas, geralmente investem pouco nos funcionários, oferecendo somente o que é obrigado por lei e acreditam que somente com isso, seus funcionários vão se sentir valorizados e vão fazer seu trabalho bem feito simplesmente porque a empresa está pagando seus salários e garantindo seus direitos.

Os funcionários são os primeiros divulgadores da empresa, de seus produtos ou serviços. Eles são os primeiros a levar a informação para fora da empresa, conhecem o processo de produção e detalhes de dentro da empresa. Essas informações, se trabalhadas de forma correta ajudam na construção de uma imagem favorável da empresa, e esse aspecto, sem sombra de dúvida, é um diferencial competitivo.

Pode-se relacionar a produtividade com a eficiência, o tempo que um produto/serviço demora para ser concluído, ou produzir mais em pouco tempo.

Na área de serviços, a produtividade está relacionada com a satisfação e motivação dos funcionários em relação à empresa, pois se o funcionário está satisfeito com o seu trabalho, vai exigir seu melhor e aumenta a qualidade do seu serviço.

A comunicação interna busca promover esse engajamento do funcionário com a empresa, fazendo com que ele se sinta parte da empresa, mostrando a ele que sua função é essencial para o funcionamento da organização. Portanto, valorizar o funcionário é o mesmo que valorizar a o produto.

O presente trabalho tem como objetivo geral “verificar se a comunicação interna é fator de motivação dos funcionários em uma empresa de serviços”. Nesse sentido elegeu-se o Motel Paradiso de Passo Fundo. Em termos metodológicos, iniciou-se com uma pesquisa Bibliográfica buscando conceituar comunicação organizacional, comunicação interna, motivação e imagem empresarial, utilizando-se da leitura e da obtenção de informações. Através desse referencial, pode-se entender alguns termos técnicos e conceitos, como funciona uma organização e como funciona a comunicação dentro dela. Também explicará como o ser humano é motivado e como a comunicação interna pode ajudar a “despertar” essa motivação nos funcionários para produzir com mais eficiência e qualidade.

Na sequência, realizou-se uma pesquisa descritiva, que segundo Gil (2002, p. 42), são “aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental”. Utilizando-se de uma pesquisa qualitativa e quantitativa, envolvendo todos os funcionários do Motel Paradiso, de Passo Fundo, através de um questionário que assegurava o anonimato, buscou-se saber o que os motiva a trabalhar e sua percepção sobre a imagem da empresa onde trabalha. Cabe salientar e, futuramente, a própria empresa criar um plano de comunicação interna eficiente.

Para facilitar a leitura e compreensão, essa monografia divide-se em 5 partes sendo as três primeiras baseadas em pesquisa bibliográfica. O primeiro capítulo traz informações bibliográficas sobre as organizações em um contexto geral, conceituando o termo, classificando-as e definindo as formas e fluxos de comunicação dentro dela.

O segundo capítulo, aborda o conceito de Imagem Organizacional e define porque ela é importante para uma organização.

O terceiro capítulo é dividido em duas partes: A primeira busca definir a motivação, dizendo por que é um importante fator para se trabalhar nos funcionários de uma organização. Traz como bases teóricas as famosas teorias da motivação como a teoria da hierarquia das necessidades de Maslow; A teoria do X e Y; e a Teoria dos dois fatores de Herzberg. Cabe salientar que as teorias sobre motivação são inúmeras, porém, nesse estudo utilizou-se as consideradas mais conhecidas e simples compreensão. A segunda parte define a comunicação interna e sua importância na motivação dos funcionários de uma empresa. Busca também mostrar quais canais e as ferramentas podem ser utilizados para elaborar e divulgar todo plano de comunicação para o público interno.

# 1. ORGANIZAÇÃO E COMUNICAÇÃO

## 1.1 Organização no Contexto Social

Segundo Kunsch (1986), as organizações fazem parte da vida das pessoas, desde o nascimento e durante toda sua existência depara-se com um vasto contingente de organizações. Hospitais, escolas, igrejas, prefeituras, ONGs, entre outras. Todos têm necessidades básicas, desde se alimentar, vestir, se transportar, lazer, segurança e até nossa satisfação social e cultural não poderiam ser satisfeitas.

O homem é um ser social, que necessita do seu semelhante para completar-se e satisfazer suas necessidades. Isto só é possível mediante uma interação de pessoas que buscam alcançar resultados pela conjugação de esforços. A organização corresponde a uma associação de homens e uma coordenação de esforços. (Kunsch, 1986 p. 19)

Rego (1986) define a organização como um sistema que reúne capital, trabalho, normas, políticas, natureza técnica. O autor explica também que uma organização não tem como objetivo somente os bens econômicos, mas procura desempenhar um papel significativo na sociedade. As organizações têm um papel muito importante na sociedade, desde a geração de empregos, avanços tecnológicos, até a produção de produtos e serviços, resultando no progresso da sociedade que se insere.

Segundo Kunsch (2003), atualmente, há um aumento significativo de novas organizações que surgem para atender às demandas sociais e mercadológicas que surgem, muitas vezes pela falta no mercado competitivo, atentos sempre às oportunidades e às ameaças do mercado.

As origens e a evolução das organizações se fundamentam na natureza humana. O homem, como ser social, necessita do seu semelhante para satisfazer suas necessidades e completar-se, o que só é possível mediante uma interação das pessoas que buscam alcançar resultados pela conjugação de esforços (Kunsch 2003 p. 21)

Littlejohn apud Kunsch (2002, p.21), explica que as pessoas são vistas como seres ativos com motivações e propósitos. Contudo, elas são limitadas em capacidade de realização devido às limitações biológicas, situacional e social e, somente através da interação pode ocorrer a cooperação.

Nascemos em organizações e quase todos nós somos educados por organizações, e todos nós passamos a vida a trabalhar para organizações. Passamos muitas de nossas horas de lazer a pagar, a jogar e a rezar em organizações. Quando todos nós morreremos numa organização e, quando chega o momento do funeral, a maior de todas as organizações – o Estado – Precisa dar uma licença especial. (Etzioni 1980 apud Kunsch 2003, p. 20)

Mesmo com a informática, do mundo virtual, o homem ainda fica dependente das organizações, um exemplo são as companhias que possibilitam a navegação *on-line*, ou seja, o homem pode não estar dentro das organizações, mas dependem delas para se conectar.

## 1.2 Conceituando Organização

Procurando o termo no dicionário Aurélio, Ferreira (2004), encontramos vários significados para a palavra organização, entre eles: 1. Ação ou efeito de organizar; Formação estrutural daquilo que compõe um ser vivo ou do que constitui um sistema; arrumação. 2. Instituição que se destina à realização de atos no âmbito político, social, econômico; sociedade. O termo *Organização* é muito mais complexo do que se pode pensar.

Segundo Mattos apud Kunsch (2003, p. 24), “o termo organização vem do grego *organon* que significa ‘órgão’. Daí compreender-se sua destinação essencial, ou seja, preocupar-se com os órgãos (empresas, instituições ou entidades) criados pelos homens para desempenho de certas funções, com vistas afins determinados”.

1. Organização como unidade ou entidade social, na qual as pessoas interagem entre si para alcançar objetivos específicos. Nesse sentido a palavra organização denota qualquer empreendimento humano moldado intencionalmente para atingir determinados objetivos. As empresas constituem um exemplo de organização social. 2. Organização como função administrativa e parte do processo administrativo. Nesse sentido, organização significa o ato de organizar,

estruturar e integrar os recursos e os órgãos incumbidos de sua administração e estabelecer relações entre eles e atribuições de cada um deles. (Chiavenato apud Kunsch 2003, p. 25)

Pode-se entender assim, que uma das definições das organizações são formadas, principalmente por pessoas, que trabalham juntas, de forma organizada, atingir um objetivo em comum, seja no âmbito político, social ou econômico, a formação de homens.

### 1.3 Tipos de Organização

Devido à variedade e complexidade que caracterizam as organizações, vários autores buscam classificar para melhor entendimento e estudo delas.

Segundo Champion apud Kunsch (1986, p. 25) “Tipologias são maneiras de descrever ou rotular diferenças entre as organizações. Certo relacionamento entre variáveis pode ser verdadeiras em um tipo de organização, mas não necessariamente em outro. As tipologias são úteis porque contribuem para explicações entre organizações”.

O autor Etzioni apud Kunsch (1986), classifica as organizações baseada no tipo de controle exercido por ela sobre seus participantes, dividindo em três grupos: *Coercitivas* (prisões, instituições penais); *utilitárias* (empresas em geral); e *normativas* (igrejas, universidades, hospitais). Em síntese, na tipologia de Etzioni predominam os tipos de sujeição ou consentimento, divididos em três grupos, representados por Chiavenato apud Kunsch (2003, p. 43) em um quadro, resumindo a tipologia de Etzioni.

Tabela 1: classificação das organizações segundo Etzioni

<b>Tipo de organização</b>	<b>Controle predominante</b>	<b>Ingresso e permanência dos participantes</b>	<b>Envolvimento dos participantes</b>	<b>Exemplos</b>
Coercitivas	Coercitivo	Coação, força, ameaça, medo, imposição	Alienatório, face ao temor	Prisões, instituições penais
Utilitárias	Remunerativo	Interesse, vantagem, percebida	Calculativo, face ao interesse quanto às vantagens	Empresas em geral (mercados, metalúrgicas, bancos, etc.)
Normativas	Ideologia, consenso ético	Convicção, fé, ideologia, crença, fervor	Moral e motivacional	Igrejas, universidades, hospitais

Fonte: Chiavenato apud Kunsch (1986, p. 43)

Outra tipologia apresentada, é de Champion, também representada no quadro abaixo.

Tabela 2: classificação das organizações segundo Champion

<b>Tipos de Organização</b>	<b>Beneficiário Principal</b>	<b>Exemplos</b>
Benefício Mútuo	Membros e participantes da fileiras comuns	Partidos Políticos, Sindicatos, trabalhistas, associações fraternais, clubes, organizações
Negócio	Proprietários, Gerentes	Firmas de reembolso postal, empresas industriais, bancos, companhias de seguros, lojas de atacado e varejo
Serviço	Clientes	Órgão de Assistência social, hospitais, escolas, sociedades de auxílio jurídico, clínicas de saúde mental.
Bem-Estar Público	Público em geral	Serviço de rendas internas, serviços militares, departamentos de polícia e bombeiros, Guarda Nacional.

Fonte: Kunsch (1986, p. 27)

Segundo Kunsch (1986), existem diversas maneiras de classificar as organizações, seja por tamanho (pequena, média e grande), volume de negócios, finalidades, âmbito (nacional, internacional), tipos de atividades, formas de propriedade (públicas, privadas, sem fins lucrativos), etc., no entanto, foram selecionadas 2 (duas) formas de classificação. A primeira, elaborada por Etzioni, classifica as empresas através de seu poder na comunicação. A segunda tabela, de Champion, classifica as organizações baseada nos seus benefícios principais.

#### 1.4 A Comunicação Como Sistema

Kunsch (1986) diz que “a comunicação é imprescindível para qualquer organização social. O sistema organizacional se viabiliza graças ao sistema de comunicação nele existente, que permitirá sua realimentação e sua sobrevivência. Caso contrário, ele entrará num processo de entropia e morte.”

Thayer apud Kunsch (1986, p. 29) explica que a comunicação é um elemento vital nos processos administrativos da empresa. É ela que define a organização e determinam as condições de sua existência e a direção do seu movimento.

Ao analisar as organizações, não se deve ficar apenas em questões internas, e devemos levar em conta seu relacionamento com o macroambiente, por serem sistemas abertos.

Numa apostila de treinamento de recursos humanos da Mercedes-Benz, lê-se que, “sendo a organização um sistema aberto, há primeiramente que se considerar a comunicação de fora para dentro (*input*) e de dentro para fora (*output*) e a que se faz dentro da própria organização (*throughput*). É fundamental entender que a organização como fazendo parte de um sistema mais amplo, do qual depende e em função do qual ela existe. Se o seu *input* de informações for deficiente por falta de sensibilidade ao meio ambiente, ou por resistência às transformações, ela não acompanhará as alterações ambientais e o seu *output* deixará de corresponder às necessidades do sistema global: tornar-se-á superada e perceberá aos poucos a sua razão de existir, o que pode significar, em termos de comunicação, o enfraquecimento da sua imagem e, em termos financeiros, a sua crise ou mesmo falência. (Mercedes-Benz do Brasil apud Kunsch 1986, p.30)

Pode-se entender dessa forma, que a organização depende do fluxo de informações, da comunicação que “vem de fora” (*input*), entende-las para que sua comunicação que “vai para fora” (*output*) seja eficiente e que atenda as reais necessidades do sistema.

#### 1.4.1 Funcionamento da comunicação organizacional

Quando se fala em processos comunicacionais, logo vem à mente os elementos básicos do processo comunicacional: fonte, codificador, canal, decodificador e receptor; mas temos um ponto a considerar que é como o aspecto relacional da comunicação afeta o processo. Hall (1984, p. 133) diz que “as relações sociais que ocorrem no processo de comunicação envolvem o emissor, o receptor e seus efeitos recíprocos um no outro à medida que se comunicam. Quando um emissor é intimado por seu receptor durante o processo de envio de uma mensagem, a própria mensagem e a sua interpretação serão afetadas”.

Segundo Kunsch (1986) se analisarmos esse aspecto de relações no dia-a-dia das organizações, seja ela interna ou externa, pode se perceber que elas sofrem variados condicionamentos e interferências, sendo difícil até diagnosticar devido ao volume e aos diferentes tipos de comunicação existentes.

Não é pelo fato de existir uma comunicação organizacional formalizada que todos os problemas de uma organização serão resolvidos. Seria uma solução simplista. É necessário estudar os fenômenos intrínsecos do que constitui um agrupamento de pessoas (organização social) que trabalham coletivamente para atingir metas específicas, relacionando-se ininterruptamente, cada uma com sua cultura e seu universo cognitivo, exercendo papéis e sofrendo todas as pressões inerentes ao seu ambiente interno e externo. (KUNSCH 1986, p. 31)

As comunicações nas organizações, segundo Hall (1984, p. 134), assumem diversas formas. “Algumas são totalmente interpessoais, outras dizem respeito a assuntos internos da organização, e outras ainda se voltam para os vínculos entre as organizações e seus ambientes”. As tabelas indicam os parâmetros dessas formas de comunicações e algumas das principais variáveis a serem consideradas em cada forma.

Tabela 3: tipos de comunicação nas organizações segundo Hall (1984, p. 134)

<i>Contexto de Comunicação</i>	<i>Tipos de Comunicação (nível de análise)</i>	<i>Influências primárias na transmissão de informações</i>
<b>Independente da organização</b>	a. Interpessoal	a. Fenômenos cognitivos e papéis e normas sociais
<b>Dentro Organização</b>	a. Interpessoal	a. Papéis e normas organizacionais mais as normas sociais aplicáveis

	b. Interunidades	b. Relações Interdepartamentais, efeitos conjuntos das informações trocadas
<b>Externo a uma Organização específica</b>	a. Inter organizacional	a. Relações entre organizações
	b. Organizacional-ambiental	b. Componentes ambientais

Fonte: Roberts apud Hall 1984, p. 134. Adaptado pelo autor

Ficou estabelecido quadro diferentes níveis de análise dos problemas da comunicação, segundo Kunsch (1986, p.32), onde “qualquer organização social, ao dispor de um sistema de comunicação, não deve, em nenhum momento deixar de considerar esses níveis, tanto no seu contexto formal como no informal”.

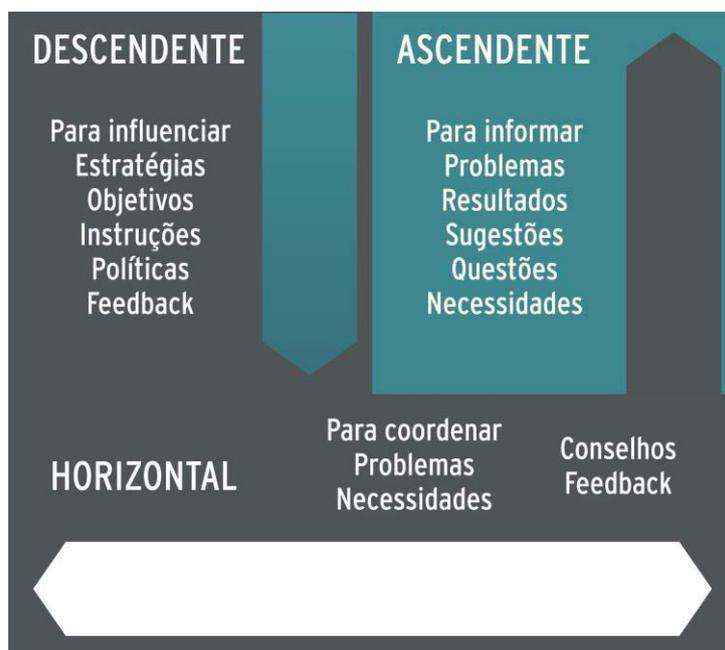
- Intrapessoal: a preocupação maior é o estudo do que se passa dentro do indivíduo, enquanto este adquire, processa e consome informações
- Interpessoal: analisa a comunicação entre os indivíduos, como as pessoas se afetam mutuamente e, assim, se regula, e controlam uns aos outros
- Organizacional: trata das redes de sistemas de dados e dos fluxos que ligam entre si os membros da organização e desta com o meio ambiente.
- Tecnológico: aqui, o centro das atenções recai na utilização dos equipamentos mecânicos e eletrônicos, nos programas formais para produzir, armazenar, traduzir e distribuir informações.

#### 1.4.2 Fluxos de comunicação e comunicação administrativa

A comunicação organizacional se realiza por meio de três fluxos (descendente, ascendente e lateral) e de uma forma bidirecional (vertical e horizontal). (Kunsch 1986)

Informações da direção aos empregados refere-se à comunicação descendente ou vertical, ou seja, a comunicação de cima para baixo, traduzindo as filosofias, normas e diretrizes dessa organização. Quando a comunicação acontece pelo processo contrário, quando a informação parte de pessoas que estão em uma posição inferior da estrutura organizacional, tem-se uma comunicação ascendente. Na comunicação horizontal ou lateral, as informações movimentam-se no mesmo nível organizacional, segundo Katz e Kahn apud Kunsch (1986, p. 36). Ou seja, o processamento das informações ocorre no mesmo nível da organização social. No Fluxograma abaixo, pode-se entender melhor essas características.

Figura 1: fluxos transversais da comunicação organizacional



Fonte: autor (2016)

**Comunicação vertical:** Com base nas discussões sobre a estrutura organizacional, o poder e a liderança deve ser evidente que o elemento vertical é um fato crucial da organização. Já que, segundo Hall (1984), as comunicações também são cruciais, o elemento vertical faz com elas uma interseção de maneira extremamente importante. As comunicações verticais se dividem em descendente e ascendente.

**Comunicações descendentes:** Katz e Kahn apud Hall (1984, p. 137) identificaram cinco elementos na comunicação descendente.

- Instrução de tarefa: Diz aos subordinados o que fazer, seja através de ordem direta, treinamentos ou outros mecanismos semelhantes. Tem a intenção de assegurar um desempenho confiável do trabalho. Quanto mais complexa e incerta a tarefa, mais generalizadas são essas instruções. Do mesmo modo, quanto mais altamente treinados, menos específicas são essas instruções

- **Fundamentação lógica da tarefa:** se a filosofia consistir em manter os membros da organização mudos e satisfeitos, poucas dessas informações serão comunicadas. A organização pode achar que os subordinados são incapazes de compreender as informações ou que utilizariam mal, ao introduzirem variações em seu desempenho baseadas em seu próprio julgamento de como as tarefas devem ser realizadas. Todas as organizações têm algum tipo de agenda oculta em certas épocas. Se a fundamentação lógica total de todas as ações fosse conhecida por todos os membros, o potencial de caos seria elevado, já que nem todos os membros seriam capazes de compreender e aceitar as informações nos níveis cognitivo ou emocional. Esse risco da comunicação excessiva encontra um potencial para o mau funcionamento da organização. Quando os membros recebem quantidades extremamente pequenas de informação, e não sabem nem podem saber de que modo seu trabalho se relaciona com qualquer todo mais amplo, há uma forte possibilidade de alienação do trabalho e da organização. Obviamente, a escolha do melhor caminho entre esses extremos é importante no estabelecimento das comunicações.
- **Informação acerca dos procedimentos e práticas organizacionais:** se assemelha ao primeiro elemento, no sentido de ser relativamente direta e não controvertida.
- **Feedback:** Essa é quase por definição uma questão espinhosa, particularmente quando traz um tom negativo. Essa questão fica ainda mais difícil quando o superior tenta utilizar laços sócio emocionais com seus trabalhadores, e é quase impossível quando os papéis do trabalho são estabelecidos antecipadamente pela organização que o trabalhador não faz nenhum julgamento no desempenho de suas tarefas
- **Doutrina dos funcionários:** a intenção é fazer com que os funcionários aceitem e acreditem nas metas da organização. É de fazer com que o pessoal se envolva emocionalmente com seu trabalho e acrescente isso ao seu sistema motivacional.

**Comunicações ascendentes:** Segundo Katz e Kahn apud Hall (1984, p. 140), esse tipo de comunicação nas empresas assume muitas formas, podendo reduzir ao que as pessoas dizem:

1. Sobre elas mesmas, seu desempenho e problemas;
2. Sobre outras pessoas e seus problemas;
3. Sobre práticas e políticas organizacionais;

#### 4. Sobre o que precisa ser feito e como pode ser feito.

O conteúdo dessas mensagens pode ir desde a reclamação mais pessoal, até a sugestão mais elaborada para o aperfeiçoamento da organização e do mundo; elas podem ter consequências positivas ou negativas, desde uma promoção ou bonificação até uma demissão. Os problemas mais evidentes nas comunicações ascendentes decorrem mais uma vez da hierarquia. As tendências que observamos com respeito às comunicações descendentes podem igualmente ser empecilhos às comunicações ascendentes. (HALL 1984, p. 140)

Ainda Hall (1984, p. 140), esse tipo de comunicação é um pouco mais complexo, pelo fato de a pessoa comunicar-se de forma ascendente, pode sentir ameaças para si ou seu trabalho, caso certos tipos de informação sejam postos à disposição dos superiores no sistema. O volume de informações que tendem a ser transmitidas de forma ascendente pode ser afetado pela existência de uma hierarquia, pois é improvável que uma pessoa transmita informações dessa forma e sejam prejudiciais a ela.

**Comunicações Horizontais:** Esse tipo de comunicação pode, segundo Katz e Kahn apud Kunsch (1986, p. 36) “movimentar entre iguais ou pares, no mesmo nível organizacional”. É a comunicação que se processa em um mesmo nível, sem hierarquias, departamentos ou seções.

Para todas essas formas de comunicação organizacional, utiliza-se dos mais diferentes tipos de canais, tanto orais, escritos e audiovisuais, como: memorando, cartazes, e-mail marketing, cartas, circulares, vídeos, rádios internas, jornais internos, entre outros.

### 1.5 Comunicação Empresarial Integrada

A comunicação empresarial é segmentada, segundo Neves (2015), se segmentou em 3 esforços: comunicação de marketing, voltada para clientes e consumidores, cuida da marca, produtos e serviços; a comunicação institucional cuida da imagem da empresa principalmente para formadores de opinião e à opinião pública; e a comunicação interna que é voltada para o público de dentro da empresa, seus funcionários e familiares.

Complementando a ideia de Neves, Rego (1986, p.119) diz que “para sobreviver, a empresa precisa comunicar-se com seu ambiente (sistema ambiental), precisa conhecer as regras do jogo competitivo (sistema competitivo) e precisa organizar suas estruturas

internas, visando ao trabalho ordenado, do qual resultará o sucesso de sua política (sistema organizacional”. Com isso, Rego exemplifica e explica a importância da existência de um programa de comunicação eficiente em uma organização, que também foi exposto por Neves.

Deduz-se, segundo Rego (1986) que, esses sistemas estão enquadrados tanto no ambiente externo, compreendendo a comunidade exterior à empresa e ao mercado de competição quanto ao ambiente interno, a comunidade empresarial.

É no ambiente externo que identificamos aquele grupo de pessoas que tem uma certa ligação com a empresa ou para a qual a empresa dirige mensagens especiais: acionistas, consumidores reais e em potencial, distribuidores, representantes, imprensa, governo, comunidade técnico-científica, etc. No ambiente interno estão: os empregados, agentes, vendedores e todo pessoal ligado diretamente à empresa. (Rego 1986, p. 119)

Essa ideia, segundo Neves (2015), fazia com que empresas tivessem processos internos para cada segmento, isolados uns dos outros e utilizavam estratégias diferentes, assim como o pessoal e as gerências que cuidava de cada departamento eram independentes. Mas essa estrutura, trabalhando dessa forma, com departamentos autônomos, ou seja, para cada tipo de público, é uma mensagem específica, ou seja, uma mensagem para o cliente, outra para o acionista e outra para os funcionários e familiares. A segmentação do esforço de comunicação nas organizações significa perda de energia, má utilização dos recursos, distração gerencial, quando não resulta em danos para a própria imagem.

Para diminuir os riscos desses danos, Kunsch (1986) diz que é importante para as organizações que suas atividades de comunicação sejam integradas, em função do fortalecimento de seu conceito institucional, mercadológico e corporativo, com todos os públicos.

A comunicação integrada, pode ser vista de diversas maneiras por autores e profissionais, que, segundo síntese de Kunsch (1986, p. 113), “constitui uma somatória de serviços de comunicação feitos, sinergicamente, por uma ou por várias organizações, tendo em vista, sobretudo, os públicos a serem atingidos e a consecução dos objetivos propostos”.

## 2. IMAGEM DAS ORGANIZAÇÕES

Segundo Neves (2000), a imagem das organizações não é boa, perante a sociedade. E isso não é só no Brasil, mas sim em todo o mundo e isso independe do segmento. Todas elas carregam juntas, por serem empresas um rótulo, dito por Neves como o “estigma da raça”. Para muitas pessoas empresas e empresários não tem boa imagem, eles “são do mal”. Ter a imagem ruim é um problema para qualquer profissional, uma complicação séria para as instituições. Segundo o autor, a comunicação é fundamental na organização para ter credibilidade. Isso significa ajudar a melhorar o próprio desempenho, sem comprometer a produtividade e sem sofrer perdas e é aqui que entra o trabalho do comunicador na organização.

Para uma organização conquistar comportamentos e atividades favoráveis, (Costa 2009, p. 10) “a empresa precisa cuidar da sua imagem, transformá-la em vantagem competitiva. Por imagem, entende-se tudo aquilo que é pensado sobre uma empresa, personalidade, etc.”. “É o que está na cabeça das pessoas” (Neves apud Costa 2009, p. 10).

Mas dizer somente ser percebida como uma “*boa empresa*” não é suficiente.

A imagem só é – vamos dizer – competitiva se ela der resultados concretos para a empresa. Que resultados são esses? Conseguir a preferência de clientes e consumidores, fazer crescer a renda e lucros, alavancar negócios, atrair e manter bons profissionais no mercado de trabalho, despertar a confiança de investidores, abrir as portas dos poderosos, comprar boa vontade de formadores de opinião e tomadores de decisão, aumentar o nível de tolerância da opinião pública, reduzir a força do estigma da raça. (Neves 2000, p. 23)

O elemento base para essa imagem é a “*credibilidade*”. “A estratégia de imagem depende do desenvolvimento e da aplicação da credibilidade empresarial” (Neves 2000, p. 23), em palavras mais cruas, não adianta a empresa “falar” uma coisa e fazer outra. Esse elemento pode ser utilizado como arma para conquistar espaços, e como defesa em crises de opinião pública e conflitos com o poder público.

O autor Roger Cahen apud Costa (2009, p. 10) considera a imagem das empresas o seu maior patrimônio, e que todo patrimônio não deixa de ser um “organismo vivo que requer constante atenção”. Esses autores consideram que a imagem é o bem mais valioso

que a empresa, inclusive que seus produtos ou serviços e todo patrimônio físico que ela possa ter.

Um grande exemplo que podemos considerar nesse caso é a grande marca Coca-Cola, onde possui um patrimônio, segundo Martins (1999), de 2 bilhões de dólares e sua marca vale 2400x mais que seu patrimônio, cerca de 48 bilhões de dólares.

O objetivo de toda a empresa é investir na construção de uma marca é aumentar sua lucratividade, fazendo com que seus produtos deixem de ser commodities para se tornar referência de mercado. O trabalho da empresa na construção da marca é aumentar a percepção de valor que o consumidor tem a seu respeito. A sensibilidade do consumidor só é atingida quando a compra realiza e satisfaz racionalmente e, sobretudo, emocionalmente suas aspirações, por meio da imagem do produto. A imagem é fator decisivo para a escolha da marca. Um negócio com uma imagem envolvente gera níveis de lucratividade muito superiores à média do mercado (Martins 1999, p. 17)

Por fim, Kotler apud Costa (2009, p. 19) diz que “cada contato com a marca veiculará uma mensagem: boa, ruim ou indiferente” e que “ a empresa deve se empenhar para transmitir uma mensagem consistente e positiva, em todos esses pontos”. Por isso, a preocupação e esforços para conseguir uma imagem competitiva e uma marca de valor devem ser objetivos permanentes dessas organizações.

## **2.1 Construção da Imagem Empresarial**

Para Torquato apud Ribeiro (2010, p. 13), “uma empresa não apenas objetiva gerar bens econômicos para uma relação de troca entre produtor e consumidor, mas procura também desempenhar papel significativo no tecido social”. Como foi dito, as empresas têm papel significativo dentro da sociedade, desde geração desde a geração de empregos até avanços tecnológicos.

Cahen apud Ribeiro (2010, p. 14) define a Comunicação Empresarial como:

Uma atividade sistêmica, de caráter estratégico, ligada aos mais altos escalões da empresa e que tem por objetivos: criar, onde ainda não existir ou for neutra, manter, onde já existir, ou, ainda, mudar para favorável, onde for negativa, a imagem da empresa junto a seus públicos prioritários. (Cahen 2005 apud Ribeiro 2010, p. 14)

Resumindo, a comunicação organizacional é um conjunto de atividades, ações, estratégias que, segundo Ribeiro (2010, p. 15), são “desenvolvidos para reforçar a imagem de uma empresa ou entidade junto a seus públicos de interesse”

A construção da imagem segundo Silva (2009) passa por dois fatores de comunicação: comunicação oral ou identidade conceitual, e a comunicação visual ou identidade visual.

O primeiro fator, que é a comunicação oral, fundamenta-se por princípios da própria empresa. É o que a empresa acredita, suas filosofias, Políticas, Atitudes e Atividades. Cahen (2009) ilustra subjetivamente a construção da imagem de uma empresa através do que ele denominou *pirâmide de cristal*. Representando os princípios, as normas e as ações da organização de forma muito transparente. Essa pirâmide está relacionada diretamente ao planejamento estratégico da empresa, desde a elaboração de sua missão visão e valores.

Figura 2: Pirâmide de Cristal



Fonte: Ribeiro (2010) modificada pelo autor

**Filosofias:** são as crenças da empresa, no que ela acredita. Segundo Silva (2009), “são princípios básicos e conceitos sociais que a empresa pretende que sejam reais”. São os Princípios da empresa (valores e credos), considerado um *código de conduta* para as empresas.

Muitas vezes incluem frases e conceitos, geralmente idealizados, que sinalizam os valores da organização. Na medida do possível, devem ser escolhidos de forma participativa, pois facilita sua adoção e minimiza a possibilidade de infringi-los. Esses princípios, qualidades ou valores, devem estar enraizados na cultura da organização (SILVA 2009, p. 2)

Como estão na base da pirâmide, são as filosofias que dão sustentação para os outros exercícios da organização, para as políticas, atitudes e atividades. “Boas filosofias resultam em boas políticas, que por sua vez resultam em boas atitudes e que, por fim, resultam em boas atividades” (Ribeiro 2010, p.17)

**Políticas:** segundo a autora, são as *leis* que emanam as atitudes que regem a vida da empresa. Para Silva (2009, p. 3) “é uma declaração expressa ou implícita daqueles princípios e normas organizados pela direção, como guias e sentinelas que vigiam o curso dos pensamentos e ações dessa mesma empresa”. Para Katz e Kahn apud Silva (2016), as políticas estabelecem os enunciados de como deve ser a conduta organizacional.

Em seu livro, Cahen (2009, p.50-51) diz que existem dois tipos de Políticas: as escritas e as não escritas. As escritas são aquelas que, como o autor diz “estão em volumes bem encadernados”. São leis e como em todo corpo de leis, existem as *boas* e as *ruins*. As que são cumpridas, estão em vigor, e as que não funcionam.

São as políticas que dão rumo às atitudes que regem a vida de uma empresa, que é o que o próximo subcapítulo trata, é aquilo que os públicos percebem.

**Atitudes:** O autor explica “são o que os públicos *percebem* de forma quase subliminar – as atitudes que eles podem *ver*”. Esse elemento é o que diz para os membros da companhia, a ter atitudes coerentes com que a empresa deseja demonstrar. Nesse caso, uma boa imagem, mas também atitudes éticas de cada indivíduo e de cada área.

**Atividades:** o topo da pirâmide, segundo o autor, é a parte que é vista tanto internamente como externamente e que se for separada de todo resto da pirâmide, não vai ter significado nenhum, pois a pirâmide foi construída de tal maneira que seus blocos não podem ser separados. Por isso, segundo o autor, as atividades que a empresa realizar, se não forem coerentes com o restante da pirâmide, a empresa perderá sua credibilidade e reputação.

### 3. COMUNICAÇÃO INTERNA E MOTIVAÇÃO

#### 3.1 Motivação

Segundo Lemos (2015), motivação vem do grego *motivos*, que significa “aquilo que faz andar”. O estudo da motivação é um dos temas principais do comportamento humano, pois “é necessário compreender os mecanismos que movimentam as pessoas, para os comportamentos de alto desempenho, indiferença ou improdutividade, a favor ou contra os interesses da organização” (Maximiliano apud Lemos 2015 p. 43)

Cruz (2005, p. 2) define motivação como “ato de motivar; a exposição de motivos ou causas; é o conjunto de fatores psicológicos, conscientes ou não, de ordem fisiológica, intelectual ou afetiva que determinam um certo tipo de conduta em alguém”.

Para Robbins (2010 p. 196), “motivação é o processo responsável pela intensidade, pela direção e pela persistência dos esforços de uma pessoa para alcançar determinada meta”, sendo que a *intensidade* se refere ao esforço que a pessoa aplica e esse esforço deve ter uma *direção* favorável à organização. A última dimensão da motivação é a *persistência*, ou seja, quanto tempo a pessoa consegue manter seu esforço. “Os Indivíduos motivados mantem-se na realização da tarefa até que seus objetivos sejam atingidos” (Robbins 2010 p. 197).

Motivação é definida, segundo Cruz (2005, p. 4) como “uma inclinação para a ação que tem origem em um motivo. Um motivador nada mais é do que um motivo – uma necessidade. Satisfação é o atendimento de uma necessidade ou sua eliminação”.

Aquilo que satisfaz a necessidade humana é visto como a própria necessidade. Água, por exemplo, é um fator de satisfação de uma necessidade denominada sede; sempre que a sede é sentida há uma tendência de encarar a água como necessidade, em lugar da sede. “Eu necessito de água” – esta é uma expressão usada por quem está sentindo sede. A água não pode ser uma necessidade – é um fator de satisfação da necessidade. É a sede que atuará sobre o intelecto da pessoa, fazendo-a mover-se ou agir. O motivador é a sede e não a água. Caso colocassem litros de água diante de uma pessoa que não está com sede, isso não a motivaria beber. É a necessidade que está motivando e não aquilo que faz a necessidade. (Archer apud Bergamini e Coda apud Cruz 2005, p. 5)

Segundo Maximiliano apud Lemos (2015), a expressão *pessoa motivada* significa que alguém está totalmente disposta a realizar uma tarefa ou atividade proposta pela organização.

“A motivação origina-se em alguns casos de mecanismos de homeostase do corpo humano, destinados a regular o equilíbrio do meio interno; aqui se incluem o calor, a fome, o frio, a sede. São alguns ajustes fisiológicos indispensáveis à vida” (Fiorello apud Nakamura 2005, p. 21). Também explica que outra motivação está ligada a sobrevivência da espécie, no caso o sexo. “Motivação pela deficiência admite que que o homem se move para completar o que lhe falta” (Nakamura 2005, p. 21).

### 3.1.1 Teorias clássicas de motivação

Segundo Robbins (2010), a década de 1950 foi época em que houve um grande desenvolvimento de teorias e conceitos sobre motivação. São várias as teorias formuladas nessa época e que são estudadas sobre a motivação dos trabalhadores, além de serem base para a formulação de teorias mais modernas sobre esse assunto. Por serem fundamentos das teorias contemporâneas e por alguns gestores ainda utilizarem esses conceitos para explicar a motivação de seus funcionários, estudar-se-á: A teoria da hierarquia de necessidades de Maslow, a teoria do X e Y e a teoria dos dois fatores de Herzberg.

#### **Teoria da hierarquia de necessidades**

Ilustrada em forma de pirâmide, a mais conhecida teoria sobre motivação, segundo Maslow apud Chiavenato (2003, p. 329) dentro de cada ser humano existe uma hierarquia de cinco categorias de necessidades. São elas:

**Fisiológica:** necessidades corporais; as necessidades de sobrevivência, incluindo fome, sede, abrigo, sexo;

**Segurança:** necessidades de segurança e proteção contra danos físicos e morais, estabilidade de emprego;

**Social:** necessidades de aceitação, amizade, sentimento de pertencer a um grupo;

**Status / Estima:** fatores internos de estima, como respeito próprio, autonomia, e fatores externos como status, reconhecimento e atenção;

**Auto realização:** vontade de se tornar tudo aquilo que se é capaz de ser, incluindo crescimento, alcance do próprio potencial e autodesenvolvimento

Figura 3: Hierarquia de necessidades de Maslow



Fonte: Robbins (2010, p. 198). Adaptada pelo autor

Segundo Robbins (2010), as necessidades dos seres humanos obedecem uma hierarquia, isso significa que no momento em que a pessoa realiza uma necessidade, vão surgindo outras, fazendo com que as pessoas sempre busquem meios para se satisfazer. As pessoas não buscam satisfazer uma necessidade pessoal se as básicas não estiverem satisfeitas.

O ser humano trabalha para satisfazer suas necessidades básicas, como beber e comer e depois de um tempo, ele passa a ter outras necessidades, e procura um emprego que ofereça vantagens para ele suprir essas necessidades.

### Teoria X e Teoria Y

O autor Gregor apud Robbins (2010), propôs duas visões distintas dos seres humanos e dividiu em basicamente duas teorias.

A teoria X, negativa, é a teoria onde os gestores imaginam que os funcionários não gostam de trabalhar e devem ser orientados ou até mesmo pressionados a fazê-lo. Chiavenato (2003) descreve essa teoria dizendo que o ser humano é preguiçoso por natureza, que evitam o trabalho ou trabalham o mínimo possível; diz ainda que falta ambição, não gostam de assumir responsabilidades, que sua própria natureza os leva a resistir a mudanças, pois procuram segurança e não planeja assumir riscos.

Já na teoria Y, os gestores imaginam que os funcionários podem achar o trabalho algo tão natural quanto descansar e ter diversão e, portanto, qualquer pessoa pode aceitar.

### **Teoria dos dois fatores – Herzberg**

Também conhecida, segundo Robbins (2010) como *teoria da higiene-motivação* foi proposta pelo psicólogo Frederick Herzberg. Acreditando que a relação de uma pessoa com seu trabalho é básica e que essa atitude que pode determinar seu sucesso ou fracasso, ele investigou o que realmente as pessoas desejam em seu trabalho.

De acordo com Cruz (2005) Herzberg verificou e evidenciou através de estudos e pesquisas práticas, a presença de dois fatores que sevem ser considerados na satisfação do cargo. Segundo a autora, são eles os fatores higiênicos e os fatores motivacionais.

**Fatores Higiênicos:** são as condições que rodeiam o funcionário enquanto trabalha, sejam condições físicas, salário, benefícios, políticas da empresa, supervisão, regulamentos internos, etc. Segundo Chiavenato (2003), somente esses fatores eram utilizados na motivação dos funcionários. O trabalho era ruim e para estimulá-los, apelavam a prêmios e incentivos salariais que, são incentivos externos ao indivíduo em troca do seu trabalho. Segundo o autor, quando esses incentivos são precários, provocam insatisfação aos funcionários, por isso Herzberg denominou *fatores higiênicos*.

**Fatores Motivacionais:** é o conteúdo, tarefas e deveres do cargo em si.

Produzem algum efeito duradouro de satisfação e de aumento de produtividade em níveis normais. O termo motivação, para Herzberg, envolve sentimentos de realização, de crescimento e de reconhecimento profissional, manifestados por meio do exercício das tarefas e atividades que oferecem um desafio e significado para o trabalhador. Quando os fatores motivacionais são ótimos, elevam substancialmente a satisfação; quando são precários, provocam ausência de satisfação. (CRUZ 2005, p. 12)

Segundo Chiavenato (2014, p. 328), esses fatores estão relacionados com o os encargos, seus conteúdos e estão sob controle do indivíduo, “pois estão relacionados com aquilo que ele faz e desempenha”. O autor diz que “envolvem sentimentos de crescimento individual, reconhecimento profissional e auto realização, e dependem das tarefas que o indivíduo realiza no seu trabalho”.

Segundo o autor, os fatores higiênicos e motivacionais não são dependentes entre si, ou seja, a satisfação no cargo depende dos fatores motivacionais, depende dos desafios e propostas que o cargo oferece. Já a insatisfação no cargo, segundo Chiavenato (2014), depende dos fatores higiênicos, do ambiente de trabalho, salários, benefícios, colegas, o contexto que envolve o cargo.

Para manter o funcionário sempre motivado, o autor diz que Herzberg propõe o “enriquecimento de tarefas (*job enrichment*)”, onde substitui-se tarefas simples do cargo por tarefas mais elaboradas, sempre oferecendo condições de desafio e satisfação do cargo.

### 3.2 Comunicação Interna

Segundo Brum (1994), a modernidade está exigindo das empresas uma preocupação muito grande com a qualidade de seus produtos e serviços, devido à exigência dos novos consumidores. Segundo a autora, ao vincular qualidade e produto, os empresários perceberam que isso depende do contentamento e motivação dos funcionários que trabalham na organização, ou seja, *qualidade = contentamento + motivação*.

A autora explica que um dos desafios das empresas é transformar seu funcionário em aliado, e criando um ambiente saudável de trabalho, onde os empregados sejam capazes de se envolver completamente com todo trabalho que lhe propõem seja ele o mais simples até o mais complicado.

Segundo Tibúrcio (2016), os desafios do mercado atual fazem com que as empresas estejam cada vez mais preparadas, com profissionais capacitados, ferramentas de última geração, mas isso só vai trazer resultados positivos se a equipe estiver bem orientada e alinhada aos negócios da empresa e isso só acontece quando as empresas mantêm seus funcionários informados sobre o que acontece na organização de forma adequada a cada um deles.

Segundo Thayer apud Menan (2010), a comunicação é elemento vital dentro dos processos das funções administrativas. A comunicação que acontece dentro da organização e entre seu ambiente é que determinam a direção do seu movimento.

Segundo Tibúrcio (2016, p. 16) a comunicação interna é necessária para, além de informar, fidelizar seu funcionário, transformá-lo em parceiro. Segundo ele a comunicação deve “alinhar e sincronizar as ferramentas de apoio, com as estratégias organizacionais conquistando o público interno e fidelizando parceiros”.

Matos (2014, p. 126) diz que é frustrante, para qualquer funcionário, receber notícias sobre a empresa que trabalha, através dos meios externos de comunicação de massa, ou até mesmo pelos públicos externos. Segundo o autor,

Pode-se imaginar a decepção de um funcionário que, ao ler um jornal, depara-se com a notícia de que a empresa onde trabalha está passando por mudanças estruturais e estratégicas. Fato, aliás, mais comum do que se imagina. Daí a importância de se apresentar as novidades, primeiro ao público interno, depois ao externo. (Matos 2014, p. 126)

Brum (1994 p. 23), diz que a comunicação interna são ações que uma organização deve utilizar para “vender” sua imagem aos funcionários. Segundo ela é “um conjunto de ações que tem como objetivo tornar comum, entre funcionários de uma mesma empresa, objetivos, metas e resultados”. Ela ainda destaca que a comunicação está ligada a fatores como educação, cultura e informação e a transmissão de ideias entre as pessoas e para as pessoas de uma mesma empresa.

Sobre o conteúdo, Tibúrcio (2016) diz que:

O conteúdo da comunicação interna deve estabelecer um canal direto com os colaboradores e seu público de interesse de forma a desenvolver um diálogo contínuo, a fim de disseminar as metas, missão, visão, valores da organização, com a finalidade de garantir a total compreensão do todo por parte dos funcionários. Para isso, se faz necessário conhecer os elementos e os entraves ou obstáculos que interferem na comunicação corporativa. (Tibúrcio 2016, p. 16)

Kotler apud Marques (2014, p. 4) define a comunicação interna como "contratar, treinar e motivar funcionários capazes, que queiram atender bem o cliente" e ainda diz que essa comunicação com o público interno deve estar alinhada aos princípios de marketing da empresa, sendo que "contratar" e "treinar" cabe a área dos recursos humanos. A motivação, a área da comunicação tem grande contribuição.

"A estratégia da comunicação interna concretiza-se quando o ser humano encontra, em si mesmo, as respostas para os dilemas que o atormentam e o impedem de evoluir" (Matos apud Menan 2010, p. 4). É provocar no funcionário sua motivação, mostrar sua força empreendedora da sua vocação para evoluir sempre; é quando os líderes de uma nação passam a ouvir os cidadãos para fundamentar ações em prol do progresso.

Sanches apud Menan (2010) afirma que quando os funcionários estão satisfeitos com o serviço e sentem que são fundamentais para todo o processo da organização, há uma melhoria também no atendimento ao cliente, e a comunicação interna é a forma de mostrar que eles são necessários para a empresa e que a empresa considera isso muito importante, por isso valoriza o serviço prestado.

Segundo Bueno apud Menan (2010), para que se tenha crescimento das empresas, é necessário que seus membros interajam e “é preciso desenvolver uma cultura em que todos os colaboradores se considerem parte do mecanismo de obtenção e difusão de informações na organização” (MENAN 2010, p. 5). Segundo o autor, uma das principais causas para o insucesso das empresas é a falta do *feedback*, que torna as comunicações geradoras de conflitos e torna-as deficientes. “As pessoas não se sentem comprometidas em dar retorno, seja por uma equivocada sensação de poder, falta de hábito, negligência, desvalorização do outro ou por simples falta de educação” (Menan 2010, p. 6).

O autor ainda ressalta que é fundamental a organização ouvir o que o funcionário tem a dizer pois, caso contrário, ele não vai entender que sua função, seu cargo é importante para o fluxo das informações internas e de acordo com Marchiori apud Menan (2010, p. 6) “se a organização já aprendeu a ouvir o consumidor em relação ao marketing, é preciso aprender a ouvir o que o colaborador tem a dizer da organização”, é necessário ouvir seu colaborador para entender suas necessidades e mostrar que sua função é fundamental à empresa para conseguir motivá-lo ainda mais e, conseqüentemente, produzir mais.

### 3.2.1 Canais de comunicação nas organizações

De acordo com Tibúrcio (2016), uma organização possui funcionários de diferentes níveis de escolaridade, atuando em vários setores, desde a produção até a diretoria e a veiculação da informação deve atingir todos os públicos, mas a linguagem com quem você trabalha deve ser trabalhada para o grupo de funcionários que você deseja atingir, ou seja, a linguagem para tratar com quem trabalha na produção, não será a mesma utilizada com diretores, acionistas e outros públicos.

Segundo Rego (1986), as empresas utilizam dois canais para a troca de informações pessoais ou para informações operacionais. Para Dubrin apud Tibúrcio (2016), os canais *formais* de comunicação são os meios oficiais que a empresa envia informações, tanto internamente como externamente. Rego (1986, p. 63), explica que os canais formais passam informações ascendentes quanto as descendentes e que seu objetivo é assegurar o funcionamento ordenado e eficiente da empresa. Aqui entram os veículos impressos, visuais, auditivos, entre outros.

Já os canais informais, segundo Tibúrcio (2016), são os veículos não oficiais e que geralmente geram ruídos. Para Rego (1986, p. 63), são aqueles não planejados pelos

diretores, “que fogem do controle ou que ignoram, inclusive, a existência dos canais formais” São as conversas nos corredores, nas pausas e almoço. É a famosa *Rádio Peão* que propaga boatos e notícias alarmantes. Estão inclusos também as reuniões casuais não programadas, além das reuniões formais.

### 3.2.2 Ferramentas de comunicação dos canais formais de comunicação

Segundo Marques (2014), assim como na comunicação mercadológica, na comunicação interna existem várias formas de ferramentas e canais, sendo que o que diferencia nesse tipo de comunicação é o que ele chama de *fator humano*, que permite a comunicação interpessoal, denominada de *face a face*. O que deve ser feito, é uma adequação, pensar estrategicamente qual canal será utilizado para tal mensagem e qual público interno da empresa essa mensagem deve atingir. Ele divide as ferramentas em três categorias: impressos, eletrônicos e face a face.

Para Kunsch (2003) para possibilitar a comunicação com todos os tipos de público, pode-se utilizar meios ou veículos orais, escritos, pictográficos, escrito-pictográficos, simbólicos, audiovisuais e telemáticos.

Os *impressos*, segundo Abracom apud Marques (2014), são fundamentais para atingir o público que não tem acesso aos computadores e que para dar credibilidade ao meio, é necessário manter a regularidade dos anúncios. Podemos atrelar os veículos escritos, que são todas as matérias informativos impressos (ordens, circulares, cartas, quadro de avisos, panfletos, boletins, relatórios), pictográficos (mapas, diagramas, pinturas, fotografias, desenhos) e escrito-pictográficos (cartazes, gráficos, diplomas).

A segunda divisão de Marques (2014), são os *eletrônicos*, onde podemos incluir alguns meios escrito-pictográficos (filmes com legenda), os audiovisuais (vídeos institucionais, treinamentos, telejornais, televisão corporativa, clipes eletrônicos), e os meios telemáticos (intranet, correio eletrônico, terminais de computador, telões, smartphones, ou seja, os interativos e virtuais), conforme determinou Kunsch (2003).

A última divisão estabelecida por Marques (2014) são os meios, *face to face* que segundo Brum apud Marques (2014, p. 10), é a “mais importante ferramenta de comunicação para com o público interno”. Segundo Kunsch (2003), podemos ainda segmentar esses meios orais em diretos (conversas, diálogos, entrevistas, reuniões, palestras, encontros...), e indiretos (conversas por telefone, rádios internas, autofalantes, etc.).

#### 4. MOTÉIS PARADISO: METODOLOGIA E ANÁLISE DE DADOS

Através de uma pesquisa com os funcionários do Motel Paradiso de Passo Fundo buscou-se levantar o que os motiva a trabalhar na empresa, saber qual a imagem que eles têm da organização que trabalham e levantar suas reais necessidades, sejam elas; básicas, de segurança, sociais, de autoestima ou de auto realização.

A empresa selecionada para realizar a pesquisa faz parte de uma rede de motéis que é nominada Rede de Motéis Paradiso. Atualmente são 8 motéis que fazem parte dessa rede e estão situados na região de Passo Fundo e Cruz Alta, estando presentes nas cidades de Tapera, Ibirubá, Soledade, Carazinho, Cruz Alta, Panambi e Passo Fundo, com projetos para abrir mais uma filial na cidade de Santa Rosa.

Aa figura abaixo mostra o organograma dos Motéis Paradiso com destaque na filial de Passo Fundo

Atualmente, através de suas campanhas de publicidade e propaganda, busca transmitir uma imagem para seus clientes de “Motel Sério”, pois o motel, pelo ramo, já tem uma imagem um tanto negativa ligada apenas ao sexo casual. Contrário a isso, a Rede de Motéis Paradiso procura estabelecer um vínculo com casais: namorados, noivos e casados que buscam sair da rotina. Nesse sentido, busca oferecer um trabalho diferenciado, com produtos e serviços personalizados.

Localizado na Rua Cel. Pedro Lopes de Oliveira, 152, o Motel Paradiso de Passo Fundo possui 27 suítes disponíveis, desde as suítes luxos, que são suítes mais simples, até as suítes executivas, que são suítes com mais detalhes decorativos e banheira de hidromassagem onde oferece serviços e aluguel de rápida hospedagem e moteleria.

Figura 4: Organograma do Motel Paradiso de Passo Fundo



Fonte: Autor (2016)

A figura 4 representa o organograma de hierarquia da Rede de Motéis Paradiso, destacando a empresa de Passo Fundo, pois a pesquisa será aplicada somente para os funcionários dessa filial. Foi selecionada essa filial, além de ser mais acessível, por ter um *turnover*<sup>1</sup> de funcionários bastante elevado, onde o somente 37,5% dos funcionários possuem mais de 3 anos na empresa.

Foi realizada uma pesquisa de caráter descritivo que, segundo Gil (2002, p. 42), são “aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental”. A mesma foi aplicada a todos os empregados do Motel Paradiso de Passo Fundo através de um questionário<sup>2</sup> descritivo e objetivo. Para Lakatos (2003, p. 201) o questionário é “constituído por uma série de perguntas que devem ser respondidas por escrito e sem a presença de um entrevistador. Em geral, o pesquisador envia o questionário para o informante, pelo correio ou por um portador; depois de preenchido, o pesquisado deve devolvê-lo do mesmo modo”.

Os questionários foram entregues pessoalmente pelo pesquisador no dia 01 de junho de 2016, para todos 12 (doze) funcionários da filial de Passo Fundo, juntamente com um envelope para ser colocado o questionário depois de preenchido. Os funcionários foram instruídos a responder o questionário em casa e depositar, em até 5 (cinco) dias, após o recebimento o envelope selado em uma urna, garantindo seu anonimato. Após receber os questionários, os dados foram cadastrados na plataforma do Google Docs para auxiliar na tabulação e elaboração dos gráficos. Cabe salientar que dos 12 (doze) questionários enviados, retornaram 8 (oito), que correspondem a 66,66%.

O questionário utilizado contém perguntas descritivas e de múltipla escolha, referentes a motivação e comunicação, permitindo ao respondente expressar-se livremente e emitir suas opiniões. Na primeira parte da pesquisa, busca definir o perfil do trabalhador, com informações sobre gênero, idade, Grau de escolaridade e tempo que trabalha na empresa.

A segunda parte busca fatores que eles consideram importantes em uma empresa para o funcionário gostar de trabalhar, como chefias e colegas. Nessa parte também foram feitas perguntas abertas para os funcionários exporem suas opiniões. A outra seção trouxe questões para saber se os funcionários veem a comunicação que a empresa tem com eles,

---

<sup>1</sup>Rotatividade, renovação dos funcionários por um curto período

<sup>2</sup> Questionário disponível no anexo A

perguntando sobre como ela recebe informações sobre o trabalho, treinamentos, etc. em seguida foi questionado sobre sua satisfação em trabalhar no Motel Paradiso, em relação ao seu trabalho, à chefia e aos colegas.

Por fim, foi questionado a sua percepção sobre a imagem que ele possui da empresa Motel Paradiso; como funcionário e como cliente. A última questão pede informações sobre a relação com chefia, colegas e sua visão de crescimento na empresa.

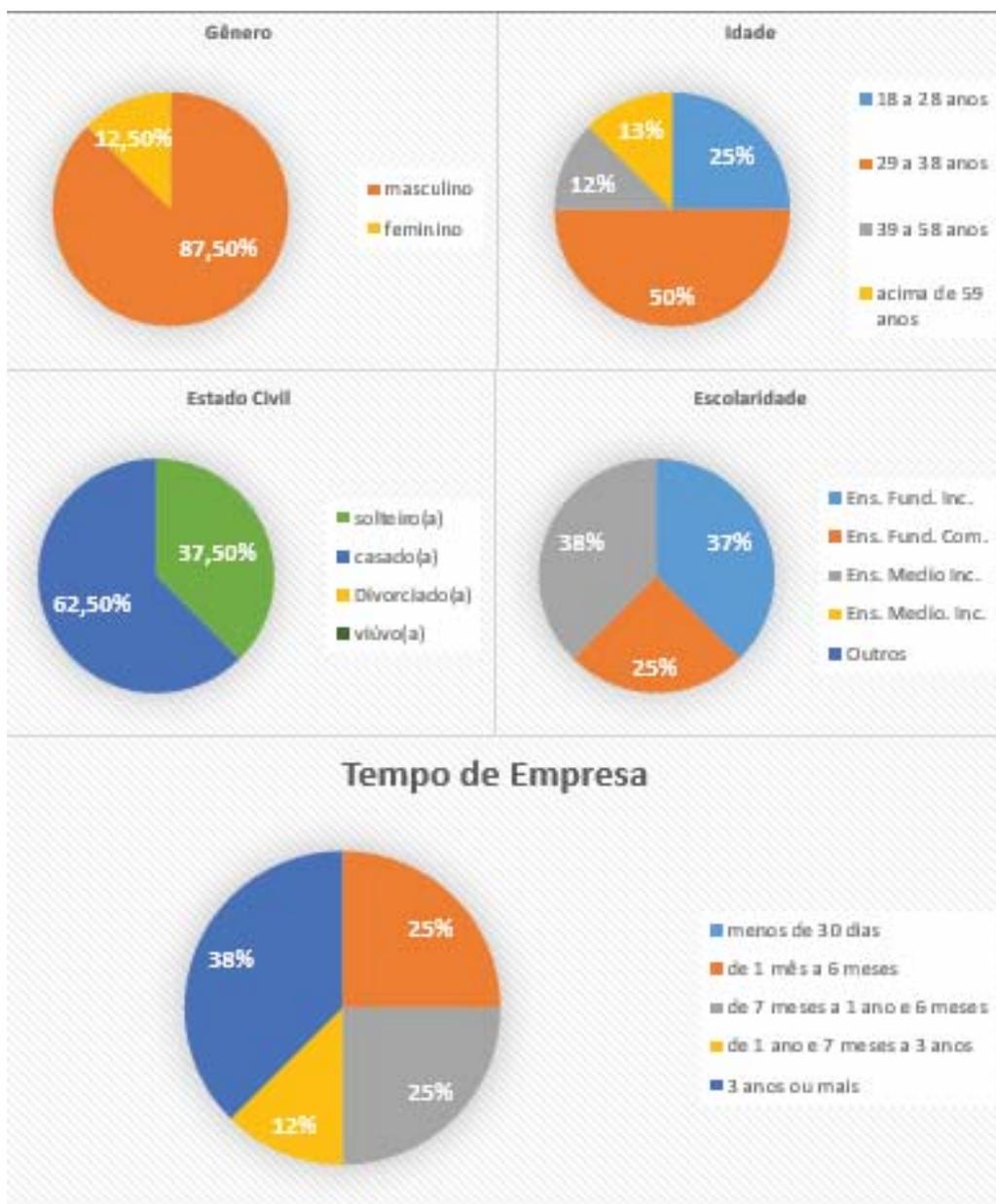
#### **4.1 Dados da pesquisa**

A pesquisa foi entregue em totalidade para os funcionários da filial de Passo Fundo. Dos 12 questionários entregues, retornaram 66,6%. Desses que responderam à pesquisa, 25% trabalha, na empresa entre 1 mês e 6 meses; 25% entre 7 meses a 18 meses, 12,5% está entre 1 ano e 7 meses a 3 anos e 37,5% está a mais de 3 anos prestando serviços à organização.

As mulheres ocupam 87,5% dos cargos, enquanto somente 12% são dos homens. Quanto à idade, mostra-se um público interno mais “velho”, sendo que 50% tem média entre 29 a 38 anos; 25% entre 18 e 28 anos; 12,5% com idades entre 39 e 58 anos; 12,5% possui mais de 59 anos.

Os casados ocupam 62,5% dos funcionários, enquanto 37,5% são solteiros. No que se refere ao grau de escolaridades, vemos que é um público com formação básica, sendo que o maior grau de formação é o Ensino Médio Incompleto com 37,5% dos entrevistados; 25% possuem o ensino fundamental completo e 37,5% ainda não concluíram o ensino fundamental. Foi ilustrado essas informações em gráficos, para melhor visualização.

Gráfico 1: Perfil do público interno do Motel Paradiso de Passo Fundo



Fonte: Autor (2016)

Quando questionados se o Motel Paradiso é um lugar agradável para trabalhar, 100% dos entrevistados responderam que sim, sendo que 25% afirmam que trabalham na empresa por gostar da mesma, 25% disseram que é também pelo fato de a chefia tratar bem as funcionárias e 25% citaram o fato de terem “colegas legais”, por gostar das colegas. 25% não justificou sua resposta.

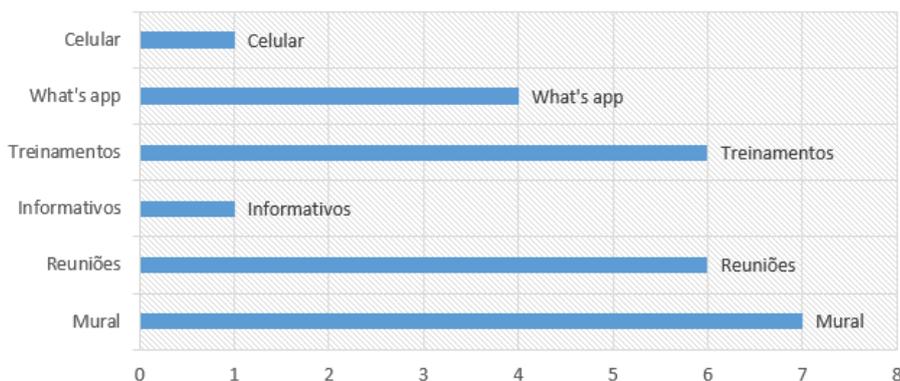
Foi solicitado, na opinião deles, o que uma empresa precisa para um funcionário gostar de trabalhar, cada funcionário citou diferentes motivos. 16,8% das respostas diz é preciso ter um bom gerente, um bom chefe; 33,6% explica que é preciso ter bons colegas, que trabalhem em equipe com união, companheirismo; outros 8,4% coloca que é preciso ter um salário justo. Sobre o ambiente de trabalho, 33,6% das respostas mostra que o funcionário precisa ter espaço para opinar, que merece ter seu trabalho reconhecido e que devem ser bem tratados e motivados; 8,3% diz que é necessário ter respeito.

Foi questionado, na opinião dos entrevistados, o que faz um funcionário não gostar de trabalhar na empresa e pedir demissão. O principal motivo apresentado, é ter um salário baixo, aparecendo em 27% das citações; O segundo motivo, citado em 20%, é ter um chefe muito rígido, “murrinha”; os próximos motivos seriam, 13% se for maltratado ou se alguém lhe faltasse com respeito; 13% se não for reconhecido profissionalmente ou seus esforços não forem valorizados; 13% se os colegas não lhe ajudarem; 7% caso se sentir desmotivados e 7% por talvez não gostar de trabalhar.

Na terceira parte do questionário, foi pedido informações para identificar se eles percebem e de que forma eles percebem a comunicação interna que a empresa diz fazer. Primeiramente responderam como foram recebidos, quando começaram a trabalhar no Motel Paradiso. Todos eles disseram ser bem recebidos tanto pela gerência, chefia, quanto pelos colegas de trabalho. Após foi questionado se alguém deu informações sobre como deveriam executar seu trabalho: 45% das respostas foram “ as colegas que auxiliaram no início do seu trabalho”, 33% das respostas foi a “gerência que explicou a função para trabalhar no cargo” e 22% dizem que “não foram auxiliados por ninguém nos primeiros dias”. Pode-se perceber que, de acordo com as respostas, o pouco envolvimento da gerência e chefia durante o primeiro treinamento e ingresso dos funcionários da empresa.

O gráfico abaixo mostra através de quais meios os funcionários recebem informações da empresa Motel Paradiso.

Gráfico 2: Meios de comunicação interna utilizados no Motel Paradiso



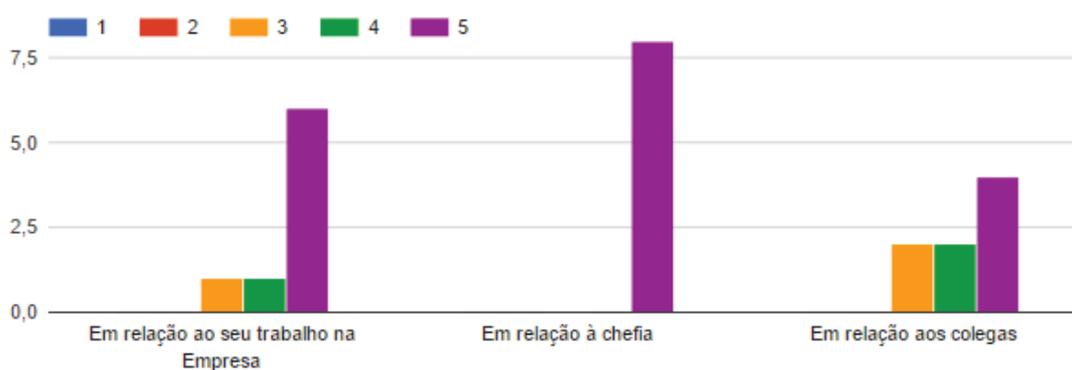
Fonte: Autor (2016)

Pode-se perceber, através desse gráfico, que o meio de comunicação que é mais efetivo no ambiente interno do Motel Paradiso de Passo Fundo é o mural com 28% das respostas, seguido pelas reuniões e treinamentos com 24% cada um deles. Entre os menos percebidos, mas não menos importantes está o aplicativo What's app com 16%; Informativos com 4% e pelo celular também com 4% das respostas.

As perguntas seguintes, questionam os funcionários sobre sua satisfação em trabalhar na empresa. A pergunta inicial questiona qual sugestão eles dariam para melhorar o trabalho. As declarações foram todas diferentes, com as seguintes citações: “Continuar motivado”; Luzes nas suítes, um corredor interno para não andar na chuva”; “Mais união”; “mais autoridade por parte da chefia”; “as pessoas não trabalham muito em equipe”; “nada a declarar”.

O gráfico a seguir mostra o grau de satisfação dos empregados em relação à empresa, à chefia e aos colegas, sendo que 1 é o grau de muito insatisfeito e 5 é o grau de muito satisfeito.

Gráfico 3: Satisfação do funcionário com a empresa, chefia e colegas

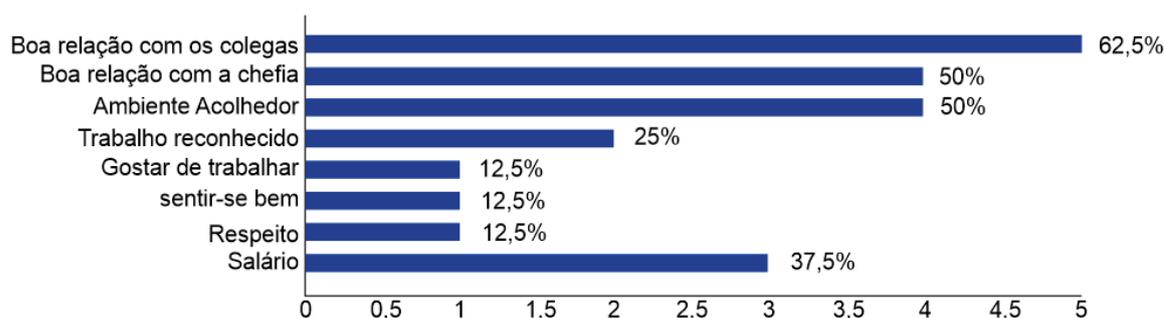


Fonte: Autor (2016)

Nesse gráfico percebe-se que nenhum dos funcionários está insatisfeito com nenhuma das variáveis internas. Em relação à empresa 75% responderam estar muito satisfeito com a empresa; 12,5% disseram estar satisfeitos e 12,5 mostraram-se nem satisfeitas e nem insatisfeitas. Já com relação à chefia, todos estão muito satisfeitos. No que diz respeito aos colegas, 50% dizem estar muito satisfeitos, 25% se declara satisfeitos e 25% se mostra nem satisfeitos nem insatisfeitos.

Nas questões que faziam referência à motivação. O funcionário deveria citar o que o motiva a trabalhar no Motel Paradiso. As respostas estão organizadas conforme a tabela abaixo.

Gráfico 4: O que motiva o funcionário do Motel Paradiso ir trabalhar



Fonte: Autor (2016)

A tabela mostra que os empregados do Motel Paradiso se sentem motivados a ir trabalhar quando eles têm uma boa relação com os colegas de trabalho (62,5%); quando tem uma relação chefia x funcionário boa (50%); quando sentem que o ambiente é acolhedor (50%); ter o trabalho reconhecido, sentir-se bem e ser tratado com respeito também são fatores importantes para eles (12,5%), mas não tanto quanto o salário (37,5%). Em seguida foi questionado o que poderia desmotivar o funcionário de ir trabalhar. 62,5%, citaram aspectos de infraestrutura, como escadas, iluminação e trabalhar na chuva; 25% mau relacionamento com os colegas; 12,5% não se sentiriam motivados a trabalhar por uma relação ruim com a chefia e outros 12% por falta de amor e dedicação ao trabalho. 25% não teriam fatores que fariam eles sentir-se desmotivados.

As próximas perguntas foram elaboradas buscando levantar o que os funcionários e parentes dos funcionários pensam sobre o Motel Paradiso, qual a imagem que ele passa quando se refere:

- *Lugar para trabalhar*: 87,5% das respostas diz que a empresa é um bom lugar para trabalhar; 12,5% revela que é uma extensão da próxima casa; 12,5% responde como melhor lugar para trabalhar; 12,5% diz ser um lugar aconchegante enquanto 37,5% consideram ser uma empresa normal, como qualquer outra.
- *Na visão de cliente*: consideram um ambiente bonito e limpo, higienizado (37,5%); os que consideram um ótimo lugar para hospedar somam 31,3% enquanto 25% consideram um lugar bom; 18,8% dizem que é um Motel acolhedor e aconchegante e outros 18,8% consideram seu preço muito caro. 6,3% das respostas dizem ser um ambiente agradável e 6,3% consideram um lugar discreto.

A última questão envolve perguntas referentes a chefia, colegas e empresa, onde o funcionário diz qual o seu grau de concordância com a questão, sendo, grau 1 (um) para “discordo sempre”; 2 (dois) para “discordo na maioria das vezes”; 3 (três) para “às vezes concordo, as vezes discordo”; 4 (quatro) para “concordo na maioria das vezes” e grau 5 (cinco) para “concordo sempre”.

Quanto às oportunidades na empresa, 50% concordam sempre que todos têm oportunidade de receber um reconhecimento especial, enquanto 12,5% concordam na maioria das vezes; 25% às vezes concorda e as vezes discorda e 12,5% discordam na maioria das vezes. Pode-se perceber que são poucos os funcionários que percebem os reconhecimentos e oportunidades que a empresa diz oferecer, sendo que esse é um dos fatores para motivação dos funcionários.

Em relação a satisfação com seus colegas na empresa, foi questionado se eles podem contar com a colaboração dos colegas. 65,5% concordam sempre; 37,5% concordam na maioria das vezes e 12,5% às vezes concordam e às vezes discordam. Outro questionamento foi se no ambiente de trabalho, as pessoas importam-se uma com as outras. 37,5% respondeu que concordam sempre; 37,5% que concordam na maioria das vezes; 12,5% às vezes concordam, às vezes discordam e 12,5% discordam na maioria das vezes.

Questionados sobre a convivência com os colegas, se eles são bem tratados, independente do cargo na empresa e todos concordam sempre com essa afirmação. Quando questionados se as pessoas eram bem tratadas independente de raça, gênero e idade, 87% dizem concordar sempre e 12,5% às vezes concordam e às vezes discordam. Na questão seguinte, 100% deles dizem concordar que pretende trabalhar na empresa por mais tempo.

A outra parte desse questionário aborda sua percepção sobre a liderança; se por parte da mesma, demonstra reconhecimento/agradecimento pelo bom trabalho e esforço

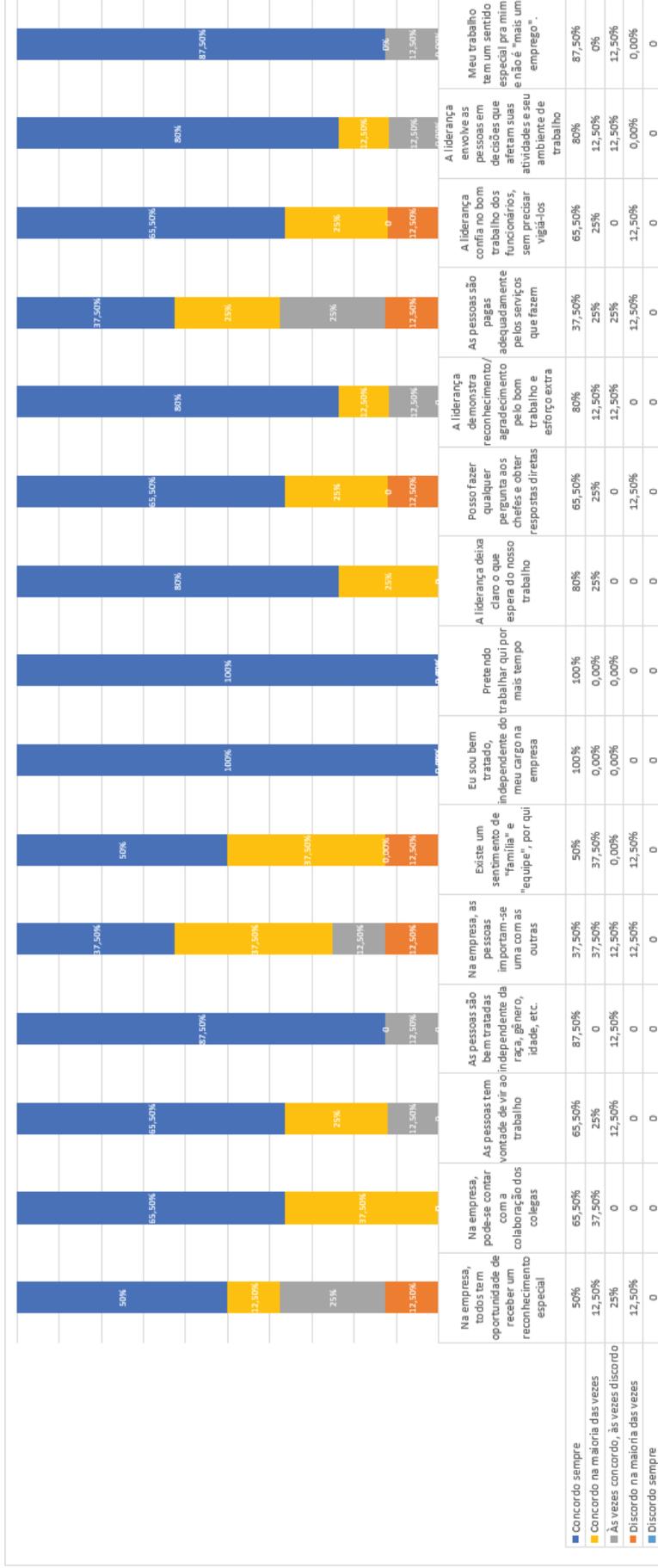
extra. Cerca de 80% responderam que concordam sempre; 12,5% dizem concordar na maioria das vezes e 12,5% às vezes concordam e às vezes discordam. Foram questionados também, se ao tirar dúvidas com os chefes eles obtêm respostas diretas, 80% revela concordar sempre; 12% concorda na maioria das vezes e 12,5% discorda na maioria das vezes. Outra pergunta era se a liderança confia no bom trabalho dos funcionários, sem precisar vigiá-los. 65,5% concordam sempre; 25% concordam na maioria das vezes e 12,5% discordam na maioria das vezes.

Sobre a afirmação de que a liderança envolve as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho, 80% concordam sempre; 12,5% concorda na maioria das vezes e 12,5% às vezes concordam e às vezes discordam.

Na terceira parte, questionados sobre estarem motivados a trabalhar; 65,5% concordam sempre que tem vontade de ir ao trabalho; 25% concordam a maioria das vezes e 12,5% às vezes concordam e às vezes discordam. A última afirmação é de que o trabalho tem um sentido especial para o trabalhador e não é simplesmente “mais um emprego”. 87,5% concordam sempre com isso e 12,5% às vezes concordam e às vezes discordam.

As respostas desse questionamento foram organizadas em um gráfico para melhor entendimento.

Gráfico 5: Visão dos funcionários sobre o ambiente interno



Fonte: Criado pelo autor

## 4.2. Análise da Pesquisa

Em relação às respostas apresentadas nos questionamentos, os funcionários afirmam que o Motel Paradiso é um bom local para trabalhar, no entanto, nenhum deles percebe diferencial do mesmo em relação às outras empresas.

O mesmo vale para o fator motivação. Independentemente de todos eles dizerem se sentir motivados, no entanto pode observar discordâncias em relação à satisfação com a chefia e colegas. Observando pontos da pesquisa, se nota que a liderança não deixa claro a todos o que espera de seus funcionários e nem todos veem a oportunidade de um reconhecimento especial pelo trabalho.

Quando questionado sobre o que os motiva trabalhar, o principal motivo é ter uma boa relação com os colegas, seguido por ter uma boa relação com a chefia e um ambiente acolhedor. O fator “salário” aparece com apenas 37,5% dos funcionários. No entanto, o que se pode notar é que 62,5% percebem que na empresa, as pessoas não se importam uma com as outras. O gráfico demonstra um descompasso, pois, apesar de dizerem que o Motel Paradiso é um ótimo lugar para trabalhar, 37,5% estão de acordo de que as pessoas se importam umas com as outras e somente 50% concordando que existe um sentimento de família entre os funcionários.

Na percepção da comunicação, se pode perceber que a empresa realiza poucos treinamentos, desde o ingresso do funcionário no ambiente de trabalho, para explicar o serviço proposto e os objetivos daquele trabalhador estar exercendo tal função.

Outro questionamento foi sobre as lideranças onde a maioria deles (80%) diz que sua chefia reconhece seu trabalho, e todas elas estão totalmente satisfeitas com a chefia.

Por fim, 87,5% dos trabalhadores afirma que a empresa não é “simplesmente mais um emprego” e 65,5% se sentem motivados a ir trabalhar na empresa.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As organizações são parte do dia-a-dia das pessoas, desde quando nascemos até nossa morte elas estão presentes, sejam hospitais, prefeituras, lojas ou indústrias, pois todos possuímos necessidades básicas que devem ser satisfeitas e sem essas organizações não seria possível. Conforme relatados no referencial, as origens da organização têm fundamento na natureza do ser humano. O homem precisa de ajuda da sua espécie para satisfazer necessidades e isso só é possível através da interação das pessoas que buscam alcançar esses resultados.

A empresa Motel Paradiso de Passo Fundo, sendo uma das oito filiais da Rede de Motéis Paradiso, é classificada como empresa de serviços e utilitária, ou seja, seu controle predominante é remunerativo, visa lucros, onde seus participantes possuem vantagens percebidas, como salários e o envolvimento dos funcionários é coerente com sua remuneração.

A comunicação dentro dessas organizações é considerada um “elemento vital” dentro dos processos administrativos, pois é ela que define a direção que a empresa quer tomar em relação a todos seus públicos. Estudando a comunicação do Motel Paradiso através de seus fluxos, temos na comunicação vertical descendente alguns meios onde as chefias passam informações para funcionários através de instrução de tarefa, da ordem direta para o funcionário. O que pode sentir um pouco é a falta da fundamentação lógica de tarefa, ou seja, fazer com que os funcionários, onde a empresa passa todas informações necessárias, falar o que o trabalhador precisa saber para manter-se satisfeito, criando vínculos.

A partir dos questionamentos feitos na pesquisa alguns aspectos cabe serem observados:

Os funcionários responderam que consideram o motel Paradiso um bom lugar para trabalhar, mas não percebe nenhuma diferença entre as outras em relação às outras empresas. Podemos presumir então que, quando surgir uma outra proposta em outra organização que poderá fazer com que esse funcionário saia da empresa simplesmente por outro salário mais elevado. Essa afirmação ainda leva em conta que, se observarmos o tempo de serviço dos funcionários do Motel Paradiso de Passo Fundo, verificamos que a maioria deles não está a pelo menos 3 (três) anos trabalhando na empresa, o que significa que a rotatividade, o turnover dos funcionários é alta.

É fato que o funcionário para permanecer em uma empresa ele precisa estar motivado. Só o salário não o motiva - dados do SEBRAE apontam que o salário não é o principal motivador dos funcionários. O funcionário precisa se sentir importante, engajado, valorizado, ele precisa se sentir bem numa empresa. Na pesquisa houve dissonância em perguntas complementares. Em relação a algumas perguntas que pediam informações sobre sua satisfação com a chefia, onde afirmam que é um ótimo lugar para trabalhar, que tem ótimo relacionamento com os chefes, com os colegas, no entanto em perguntas posteriores, afirma que os colegas não se importam uns com os outros e dizem alguns descontentamentos com os líderes. Percebe-se assim, que o funcionário não se sente à vontade de expressar sua opinião mesmo sendo garantido o seu anonimato.

Essa pesquisa aponta situações que a empresa precisa trabalhar. É necessário mostrar para o funcionário os reais motivos pelo qual a empresa existe. Quando foi solicitado à empresa, ela não deixa claro qual a sua Missão Visão e Valores. No entanto a divulgação de sua missão, visão e valores é fundamental, pois ali está o rumo da empresa, diz porque ela existe, ao mesmo tempo que direciona os funcionários a seguir o mesmo rumo. Os próprios objetivos da empresa não ficam claros. A empresa pensa que se comunica corretamente com os funcionários, no entanto a partir da pesquisa realizada percebe-se lacunas.

Este trabalho se constitui num referencial para se elaborar um plano interno de comunicação, visando orientar os funcionários, mostrando porque são importantes para empresa e para a sociedade, já que as organizações são importantes para todos. Através desse plano pode-se elaborar estratégias de comunicação interna, para informar sobre a situação da empresa, utilizando os canais internos, realizando treinamentos específicos em cada área. Isso faz com que o funcionário se sinta cada vez mais motivado a trabalhar, faz com que ele veja, na empresa, novas oportunidades de crescimento e satisfação, aumentando sua produtividade.

Constatou-se então que a comunicação interna do Motel Paradiso de Passo Fundo não é fator de motivação para os funcionários pois não é efetiva e contém falhas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRUM, Analisa de Medeiros. **Endomarketing**. - 3.ed. – Porto Alegre: Ortiz, 1994
- CAHEN, Roger. **Comunicação empresarial: a imagem como patrimônio da empresa e ferramenta de marketing: tudo o que seus gurus não lhe contaram sobre**. 13ª ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2009.
- COSTA, Naissa Tristão Viana da. **Os eventos como estratégia de comunicação e de marketing: dando asas para a experimentação e consolidação da marca**. 78 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Comunicação Social da UFJF. Juiz de Fora, 2009. Disponível em <[http://www.cidademarketing.com.br/2009/sysfotos/tesesmono/tesem\\_240bc12274c46a21ebe70ce89e3e87d7b7.pdf](http://www.cidademarketing.com.br/2009/sysfotos/tesesmono/tesem_240bc12274c46a21ebe70ce89e3e87d7b7.pdf)> acesso em 07 de abril de 2016
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. - 9. Ed. – Barueri, SP: Manole, 2014.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. - 7. Ed. e atual. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2003 – 12ª reimpressão
- CRUZ, Renata Braga da. **A influência da liderança na motivação dentro do contexto organizacional**. Rio de Janeiro: Universidade Cândido Mendes, 2005
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. Ed. Positivo, 2004.
- Gil, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa / 4. ed.** - São Paulo: Ed. Atlas, 2002
- HALL, Richard H. **Organizações: Estruturas, processos e resultados / Richard H. Hall; Tradutor Wilma Ribeiro sob a supervisão de Ana Maria Jacó Vilela – 3ª ed.** – Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1984.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 3.ed. São Paulo: Summus, 1986
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 17.ed. São Paulo: Summus, 2003.
- LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia Científica / Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos**, - 5. Ed. – São Paulo: Atlas 2003
- LE MOS, Carmen Aparecida. **Análise do clima organizacional em um frigorífico: estudo de caso da sala de cortes na JBS Aves Unidade de Passo Fundo/RS**. 2015. Monografia

(Bacharel em Administração). Curso de Administração. Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS, 2015.

MARQUES, Gutenberg; CALAZANS, Janaína de Holanda Costa. **A comunicação interna na comunicação organizacional**. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. João Pessoa, PB, 2014

MARTINS, José. **A natureza emocional da marca: como encontrar a imagem que fortalece sua marca**. São Paulo, Negócio Editora, 1999

MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação empresarial sem complicação: como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e diálogo**. 3. Ed. ver e ampl. – Barueri, SP: Manole, 2014

MENAN, Marcela Grubisich. **A importância da Comunicação Interna nas organizações**. 11p. Artigo (Graduação em Administração) – Faculdade INESUL, Londrina. 2010.

NAKAMURA, C. C. et al. **Motivação no trabalho**. *Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais*, v. 2, p. 20-25, jan. /jun. 2005

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação Empresarial Integrada: como gerenciar: imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais**. Rio de Janeiro, Mauad, 2000

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação Empresarial Integrada: como gerenciar: imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais**. Rio de Janeiro, Mauad, 2015

RIBEIRO, Fernanda Trevisan Martins. **A comunicação organizacional integrada como estratégia de gestão eficiente**. Monografia Universidade Cândido Mendes. Rio de Janeiro, 2010

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Comunicação Empresarial, Comunicação Institucional: Conceitos, Estratégias, Sistemas, Estrutura, Planejamento e Técnicas**. São Paulo: Summus, 1986

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional**/ Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge, Filipe Sobral; [tradução Rita de Cássia Gomes]. – 14. Ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010

SILVA, Eugênio. **A construção e a Desconstrução da imagem empresarial**. UCPEL, Pelotas, 2009. Disponível em <<https://comunicacaoorganizada.wordpress.com/2009/07/01/a-construcao-e-a-desconstrucao-da-imagem-empresarial/>>. Data de acesso:11/05/2016

TIBURCIO, Jussara Santana; SANTANA, Lúcia Chagas de. **A comunicação interna como estratégia organizacional**. Fundação Visconde de Cairu, Salvador. [20--]. Disponível em: <[http://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2\\_COMUNICACAO\\_INTERNA ESTRATEGIA.pdf](http://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2_COMUNICACAO_INTERNA ESTRATEGIA.pdf)>. Acesso em: 20/05/2016.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação nas Organizações [recurso eletrônico]: empresas privadas, instituições e setor público**. São Paulo: Summus, 2015.

TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura, Poder, Comunicação e Imagem: fundamentos da nova empresa**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003

**ANEXO A – QUESTIONÁRIO**

# A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE MOTIVAÇÃO NO AUMENTO DA PRODUTIVIDADE EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS

Pesquisa destinada aos funcionários dos Motéis Paradiso com fins acadêmicos. Os dados coletados serão utilizados para realização da Monografia e poderão ser utilizados para a criação de estratégias de comunicação interna no Motel Paradiso. Preencha o questionário somente após ler o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido anexo a esta pesquisa.

**\*Obrigatório**

## 1. Sexo \*

*Marcar apenas uma oval.*

- MASCULINO
- FEMININO

## 2. Idade \*

*Marcar apenas uma oval.*

- 18 a 28 anos
- 29 a 38 anos
- 49 a 58 anos
- acima de 59 anos

## 3. Estado Civil \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

## 4. Grau de Escolaridade \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino médio Incompleto
- Ensino médio completo
- Outro: .....

**5. Quanto tempo você trabalha na empresa? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- menos de 30 dias
- de 1 mês a 6 meses
- de 7 meses a 1 ano e 6 meses
- de 1 ano e 7 meses a 3 anos
- 3 anos ou mais

**6. Na sua opinião, o Motel Paradiso é um lugar agradável para trabalhar? Porque? \***

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- 

---

---

---

**7. Na sua opinião, o que uma empresa precisa para um funcionário gostar de trabalhar? \***

.....

.....

.....

.....

.....

**8. Na sua opinião, o que faz um funcionário não gostar de trabalhar em uma empresa e sair do emprego? \***

.....

.....

.....

.....

.....

**9. Enumere de acordo com o que você considera mais importante, os fatores que motivam o funcionário a trabalhar em uma empresa \***

*Marque todas que se aplicam.*

- Um bom relacionamento com os colegas
- bom relacionamento com a chefia
- valorização pessoal e profissional
- salário

10. Quando você começou a trabalhar no Motel Paradiso, como você foi recebido? Explique. \*

.....

.....

.....

.....

.....

11. Alguém lhe mostrou a empresa e te deu informações sobre seu trabalho? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Não

Sim. Quem lhe mostrou e deu informações sobre a empresa e seu trabalho?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

12. Atualmente, como você recebe informações sobre a empresa e sobre seu trabalho \*

.....

.....

.....

.....

.....

13. A empresa oferece treinamentos para os funcionários \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim. Como é passado esse treinamento?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Não

14. De que forma a empresa se comunica com seus funcionários? \*

Marcar apenas uma oval.

- Jornal
- Mural
- Eventos
- Painel, Mural
- E-mail
- Rádio Interno
- Reuniões
- Informativos
- Treinamentos
- Cartazes
- What's app
- Celular, Telefone
- Outro: .....

15. Qual sugestão você daria para melhorar seu trabalho? \*

.....

.....

.....

.....

.....

16. Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito insatisfeito e 5 muito satisfeito, responda: \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Em relação ao seu trabalho na Empresa	<input type="radio"/>				
Em relação à chefia	<input type="radio"/>				
Em relação aos colegas	<input type="radio"/>				

17. Cite pelo menos 3 aspectos que te motivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso \*

.....

.....

.....

.....

.....

**18. Cite pelo menos 3 aspectos que te desmotivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**19. Como funcionário, o que você pensa sobre o Motel Paradiso como lugar de trabalho? \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**20. Como cliente, o que você pensa sobre o Motel Paradiso? \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**21. O que sua família e amigos pensam quanto a Motel Paradiso como seu lugar para trabalhar? \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**22. O que sua família e amigos pensam do Motel Paradiso como clientes? \***

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

23. Em relação à empresa, seus líderes e colegas, assinale a alternativa que você concorda. \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo sempre	Discordo na maioria das vezes	Às vezes concordo, às vezes discordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo sempre
Na empresa, todos tem oportunidade de receber um reconhecimento especial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na empresa, pode-se contar com a colaboração dos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As pessoas tem vontade de vir ao trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
as pessoas são bem tratadas independente da raça, gênero, idade...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na empresa, as pessoas importam-se umas com as outras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existe um sentimento de "família" e "equipe", por aqui	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sou bem tratado, independente do meu cargo na empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pretendo trabalhar aqui por mais tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança deixa claro o que esperado nosso trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posso fazer qualquer pergunta aos chefes e obter respostas diretas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança demonstra reconhecimento/agradecimento pelo bom trabalho e pelo esforço extra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As pessoas são pagas adequadamente pelos serviços que fazem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança confia no bom trabalho dos funcionários, sem precisar vigiálos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança envolve as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meu trabalho tem um sentido especial para mim e não é "mais um emprego"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

# A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE MOTIVAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS

Pesquisa destinada aos funcionários dos Motéis Paradiso com fins acadêmicos. Os dados coletados serão utilizados para realização da Monografia e poderão ser utilizados para a criação de estratégias de comunicação interna no Motel Paradiso. Preencha o questionário somente após ler o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido anexo a esta pesquisa.

## Sexo \*

- MASCULINO
- FEMININO

## Idade \*

- 18 a 28 anos
- 29 a 38 anos
- 39 a 58 anos
- acima de 59 anos

## Estado Civil \*

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

## Grau de Escolaridade \*

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
-

- Ensino médio Incompleto
- Ensino médio completo
- Outro: .....

Quanto tempo você trabalha na empresa? \*

- menos de 30 dias
- de 1 mês a 6 meses
- de 7 meses a 1 ano e 6 meses
- de 1 ano e 7 meses a 3 anos
- 3 anos ou mais

Na sua opinião, o Motel Paradiso é um lugar agradável para trabalhar?  
Porque? \*

Sim, porque temos um bom ambiente para trabalhar  
.....

Na sua opinião, o que uma empresa precisa para um funcionário gostar de trabalhar? \*

\*um bom gerente \*bons colegas \*espaço para opinar \* bom salário (justo)  
.....

Na sua opinião, o que faz um funcionário não gostar de trabalhar em uma empresa e sair do emprego? \*

\*colegas que não cooperam \*gerente muito rígido  
.....

Enumere de acordo com o que você considera mais importante, os fatores que motivam o funcionário a trabalhar em uma empresa \*

- Um bom relacionamento com os colegas
- bom relacionamento com a chefia
- valorização pessoal e profissional

salário

Quando você começou a trabalhar no Motel Paradiso, como você foi recebido? Explique. \*

fui muito bem recebida

---

Alguém lhe mostrou a empresa e te deu informações sobre seu trabalho? \*

sim. gerente e colegas

---

Atualmente, como você recebe informações sobre a empresa e sobre seu trabalho? \*

com a gerência

---

A empresa oferece treinamentos para os funcionários? \*

sim, em reuniões

---

De que forma a empresa se comunica com seus funcionários? \*

- Jornal
- Mural
- Eventos
- Painel, Mural
- E-mail
- Rádio Interno
- Reuniões
- Informativos
- Treinamentos

Cartazes

What's app

Celular, Telefone

Outro: .....

Qual sugestão você daria para melhorar seu trabalho? \*

.....

Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito insatisfeito e 5 muito satisfeito, responda: \*

	1	2	3	4	5
Em relação ao seu trabalho na Empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação à chefia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação aos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Cite pelo menos 3 aspectos que te motivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso \*

\*bom gerente \*bons colegas \* bons horários

.....

Cite pelo menos 3 aspectos que te desmotivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso

não tem

.....

Como funcionário, o que você pensa sobre o Motel Paradiso como lugar de trabalho? \*

um ótimo lugar

.....

Como cliente, o que você pensa sobre o Motel Paradiso? \*

um ótimo lugar

O que sua família e amigos pensam quanto a Motel Paradiso como seu lugar para trabalhar? \*

nunca perguntei

O que sua família e amigos pensam do Motel Paradiso como clientes? \*

um bom lugar \* bem higienizado \* porém caro

Em relação à empresa, seus líderes e colegas, assinale a alternativa que você concorda. \*

	Discordo sempre	Discordo na maioria das vezes	Às vezes concordo, às vezes discordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo sempre
Na empresa, todos tem oportunidade de receber um reconhecimento especial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na empresa, pode-se contar com a colaboração dos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
As pessoas tem vontade de vir ao trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
as pessoas são bem tratadas independente da raça, gênero, idade...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Na empresa, as pessoas importam-se umas com as outras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existe um sentimento de "família" e "equipe", por aqui	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Eu sou bem tratado, independente do meu cargo na empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Pretendo trabalhar aqui					

por mais tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança deixa claro o que esperado nosso trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Posso fazer qualquer pergunta aos chefes e obter respostas diretas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança demonstra reconhecimento/agradecimento pelo bom trabalho e pelo esforço extra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
As pessoas são pagas adequadamente pelos serviços que fazem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança confia no bom trabalho dos funcionários, sem precisar vigiálos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança envolve as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meu trabalho tem um sentido especial para mim e não é "mais um emprego"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Forms

---

# A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE MOTIVAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS

Pesquisa destinada aos funcionários dos Motéis Paradiso com fins acadêmicos. Os dados coletados serão utilizados para realização da Monografia e poderão ser utilizados para a criação de estratégias de comunicação interna no Motel Paradiso. Preencha o questionário somente após ler o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido anexo a esta pesquisa.

## Sexo \*

- MASCULINO
- FEMININO

## Idade \*

- 18 a 28 anos
- 29 a 38 anos
- 39 a 58 anos
- acima de 59 anos

## Estado Civil \*

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

## Grau de Escolaridade \*

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
-

- Ensino médio Incompleto
- Ensino médio completo
- Outro: .....

Quanto tempo você trabalha na empresa? \*

- menos de 30 dias
- de 1 mês a 6 meses
- de 7 meses a 1 ano e 6 meses
- de 1 ano e 7 meses a 3 anos
- 3 anos ou mais

Na sua opinião, o Motel Paradiso é um lugar agradável para trabalhar?  
Porque? \*

sim

.....

Na sua opinião, o que uma empresa precisa para um funcionário gostar de trabalhar? \*

Condições de trabalho e bom relacionamento com os patrões

.....

Na sua opinião, o que faz um funcionário não gostar de trabalhar em uma empresa e sair do emprego? \*

Baixa remuneração e desmotivação

.....

Enumere de acordo com o que você considera mais importante, os fatores que motivam o funcionário a trabalhar em uma empresa \*

Um bom relacionamento com os colegas

bom relacionamento com a chefia



valorização pessoal e profissional

salário

Quando você começou a trabalhar no Motel Paradiso, como você foi recebido? Explique. \*

Fui bem recebido pela equipe e bom trabalho

---

Alguém lhe mostrou a empresa e te deu informações sobre seu trabalho? \*

Sim. a gerente

---

Atualmente, como você recebe informações sobre a empresa e sobre seu trabalho? \*

pela gerente

---

A empresa oferece treinamentos para os funcionários? \*

sim

---

De que forma a empresa se comunica com seus funcionários? \*

Jornal

Mural

Eventos

Painel, Mural

E-mail

Rádio Interno

Reuniões

Informativos

Treinamentos

Cartazes

What's app

Celular, Telefone

Outro: .....

Qual sugestão você daria para melhorar seu trabalho? \*

continuar motivado

---

Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito insatisfeito e 5 muito satisfeito, responda: \*

	1	2	3	4	5
Em relação ao seu trabalho na Empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação à chefia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação aos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Cite pelo menos 3 aspectos que te motivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso \*

\*RELAÇÃO COM COLEGAS \* RELAÇÃO COM A CHEFIA \* AMBIENTE ACOLHEDOR

---

Cite pelo menos 3 aspectos que te desmotivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso

\*MAU RELACIONAMENTO COM OS COLEGAS \* MAU RELACIONAMENTO COM A CHEFIA \* AMBIENTE NÃO ACOLHEDOR

---

Como funcionário, o que você pensa sobre o Motel Paradiso como lugar de trabalho? \*

Como cliente, o que você pensa sobre o Motel Paradiso? \*

MUITO ACOLHEDOR

---

O que sua família e amigos pensam quanto a Motel Paradiso como seu lugar para trabalhar? \*

VEJA COM BONS OLHOS

---

O que sua família e amigos pensam do Motel Paradiso como clientes? \*

ACOLHEDOR

---

Em relação à empresa, seus líderes e colegas, assinale a alternativa que você concorda. \*

	Discordo sempre	Discordo na maioria das vezes	Às vezes concordo, às vezes discordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo sempre
Na empresa, todos tem oportunidade de receber um reconhecimento especial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na empresa, pode-se contar com a colaboração dos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
As pessoas tem vontade de vir ao trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
as pessoas são bem tratadas independente da raça, gênero, idade...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Na empresa, as pessoas importam-se umas com as outras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Existe um sentimento de "família" e "equipe", por aqui	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Eu sou bem tratado,					

independente do meu cargo na empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Pretendo trabalhar aqui por mais tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança deixa claro o que esperado nosso trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posso fazer qualquer pergunta aos chefes e obter respostas diretas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança demonstra reconhecimento/agradecimento pelo bom trabalho e pelo esforço extra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
As pessoas são pagas adequadamente pelos serviços que fazem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança confia no bom trabalho dos funcionários, sem precisar vigiálos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança envolve as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Meu trabalho tem um sentido especial para mim e não é "mais um emprego"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Forms

# A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE MOTIVAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS

Pesquisa destinada aos funcionários dos Motéis Paradiso com fins acadêmicos. Os dados coletados serão utilizados para realização da Monografia e poderão ser utilizados para a criação de estratégias de comunicação interna no Motel Paradiso. Preencha o questionário somente após ler o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido anexo a esta pesquisa.

## Sexo \*

- MASCULINO
- FEMININO

## Idade \*

- 18 a 28 anos
- 29 a 38 anos
- 39 a 58 anos
- acima de 59 anos

## Estado Civil \*

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

## Grau de Escolaridade \*

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
-

- Ensino médio Incompleto
- Ensino médio completo
- Outro: .....

Quanto tempo você trabalha na empresa? \*

- menos de 30 dias
- de 1 mês a 6 meses
- de 7 meses a 1 ano e 6 meses
- de 1 ano e 7 meses a 3 anos
- 3 anos ou mais

Na sua opinião, o Motel Paradiso é um lugar agradável para trabalhar?  
Porque? \*

SIM. MINHA CHEFE É UMA QUERIDA. MINHAS COLEGAS SÃO LEGAIS. SOMOS QUASE  
UMA FAMÍLIA

---

Na sua opinião, o que uma empresa precisa para um funcionário gostar  
de trabalhar? \*

UMA CHEFE QUE TE TRATE COM RESPEITO E EDUCAÇÃO. \* COLEGAS LEGAIS \*  
TRABALHO EM EQUIPE \* SEU TRABALHO RECONHECIDO

---

Na sua opinião, o que faz um funcionário não gostar de trabalhar em  
uma empresa e sair do emprego? \*

CHEFE MURINHA PEGANDO TODA HORA NO SEU PÉ \* SALÁRIO MUITO BAIXO \* SER MAL  
TRATADA \* NÃO GOSTAR MESMO DE TRABALHAR

---

Enumere de acordo com o que você considera mais importante, os  
fatores que motivam o funcionário a trabalhar em uma empresa \*



- Um bom relacionamento com os colegas
- bom relacionamento com a chefia
- valorização pessoal e profissional
- salário

Quando você começou a trabalhar no Motel Paradiso, como você foi recebido? Explique. \*

PELAS COLEGAS MUITO BEM. POR TODA EQUIPE

---

Alguém lhe mostrou a empresa e te deu informações sobre seu trabalho? \*

SIM. A GERENTE OPERACIONAL

---

Atualmente, como você recebe informações sobre a empresa e sobre seu trabalho? \*

REUNIÕES. COM A GERÊNCIA. COM TREINAMENTOS

---

A empresa oferece treinamentos para os funcionários? \*

SIM

---

De que forma a empresa se comunica com seus funcionários? \*

- Jornal
- Mural
- Eventos
- Painel, Mural
- E-mail
- Rádio Interno

- Reuniões
- Informativos
- Treinamentos
- Cartazes
- What's app
- Celular, Telefone
- Outro: .....

**Qual sugestão você daria para melhorar seu trabalho? \***

LUZ DIRETO NAS SUÍTES \* TIVESSE UM CORREDOR INTERNO PARA NÃO ANDAR NA CHUVA

---

Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito insatisfeito e 5 muito satisfeito, responda: \*

	1	2	3	4	5
Em relação ao seu trabalho na Empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em relação à chefia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação aos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Cite pelo menos 3 aspectos que te motivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso \***

MEU TRABALHO É RECONHECIDO \* GOSTO DE TRABALHAR COM MOTELARIA. \* SOU TRATADO PELA CHEFIA E PELAS COLEGAS COM RESPEITO E EDUCAÇÃO

---

**Cite pelo menos 3 aspectos que te desmotivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso**

AS ESCADAS \* LUZ \* TRABALHAR NA CHUVA

---

Como funcionário, o que você pensa sobre o Motel Paradiso como lugar de trabalho? \*

O MELHOR LUGAR PARA TRABALHAR

Como cliente, o que você pensa sobre o Motel Paradiso? \*

MUITO BOM \* SUÍTES ACONCHEGANTES \* BONITAS E HIGIENIZADAS

O que sua família e amigos pensam quanto a Motel Paradiso como seu lugar para trabalhar? \*

QUE É UM LUGAR BOM PARA TRABALHAR

O que sua família e amigos pensam do Motel Paradiso como clientes? \*

QUE É O MOTEL MAIS CARO DA CIDADE MAS MUITO BONITO

Em relação à empresa, seus líderes e colegas, assinale a alternativa que você concorda. \*

	Discordo sempre	Discordo na maioria das vezes	Às vezes concordo, às vezes discordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo sempre
Na empresa, todos tem oportunidade de receber um reconhecimento especial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na empresa, pode-se contar com a colaboração dos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
As pessoas tem vontade de vir ao trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
as pessoas são bem tratadas independente da raça, gênero, idade...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Na empresa, as pessoas importam-se umas com as outras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Existe um sentimento de "família" e "equipe", por aqui	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sou bem tratado, independente do meu cargo na empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Pretendo trabalhar aqui por mais tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança deixa claro o que esperado nosso trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Posso fazer qualquer pergunta aos chefes e obter respostas diretas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança demonstra reconhecimento/agradecimento pelo bom trabalho e pelo esforço extra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
As pessoas são pagas adequadamente pelos serviços que fazem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança confia no bom trabalho dos funcionários, sem precisar vigiálos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança envolve as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Meu trabalho tem um sentido especial para mim e não é "mais um emprego"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Forms

# A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE MOTIVAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS

Pesquisa destinada aos funcionários dos Motéis Paradiso com fins acadêmicos. Os dados coletados serão utilizados para realização da Monografia e poderão ser utilizados para a criação de estratégias de comunicação interna no Motel Paradiso. Preencha o questionário somente após ler o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido anexo a esta pesquisa.

## Sexo \*

- MASCULINO
- FEMININO

## Idade \*

- 18 a 28 anos
- 29 a 38 anos
- 39 a 58 anos
- acima de 59 anos

## Estado Civil \*

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

## Grau de Escolaridade \*

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
-

- Ensino médio Incompleto
- Ensino médio completo
- Outro: .....

Quanto tempo você trabalha na empresa? \*

- menos de 30 dias
- de 1 mês a 6 meses
- de 7 meses a 1 ano e 6 meses
- de 1 ano e 7 meses a 3 anos
- 3 anos ou mais

Na sua opinião, o Motel Paradiso é um lugar agradável para trabalhar?  
Porque? \*

SIM, É UM LUGAR ONDE SE SENTE BEM

---

Na sua opinião, o que uma empresa precisa para um funcionário gostar de trabalhar? \*

A UNIÃO, COMPANHEIRISMO E SINCERIDADE

---

Na sua opinião, o que faz um funcionário não gostar de trabalhar em uma empresa e sair do emprego? \*

TEM PESSOAS QUE NÃO GOSTAM DE TRABALHAR

---

Enumere de acordo com o que você considera mais importante, os fatores que motivam o funcionário a trabalhar em uma empresa \*

Um bom relacionamento com os colegas

bom relacionamento com a chefia



valorização pessoal e profissional

salário

Quando você começou a trabalhar no Motel Paradiso, como você foi recebido? Explique. \*

MUITO BEM TRATADA. FUI TRATADA COM MUITO RESPEITO

---

Alguém lhe mostrou a empresa e te deu informações sobre seu trabalho? \*

NÃO

---

Atualmente, como você recebe informações sobre a empresa e sobre seu trabalho? \*

A CHEFE

---

A empresa oferece treinamentos para os funcionários? \*

SIM. ELES ME MOSTRAM

---

De que forma a empresa se comunica com seus funcionários? \*

Jornal

Mural

Eventos

Painel, Mural

E-mail

Rádio Interno

Reuniões

Informativos

- Treinamentos
- Cartazes
- What's app
- Celular, Telefone
- Outro: .....

Qual sugestão você daria para melhorar seu trabalho? \*

MAIS UNIÃO

---

Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito insatisfeito e 5 muito satisfeito, responda: \*

	1	2	3	4	5
Em relação ao seu trabalho na Empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação à chefia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação aos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Cite pelo menos 3 aspectos que te motivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso \*

ME SINTO BEM \* SOU RESPEITADA \* COMPANHEIRISMO

---

Cite pelo menos 3 aspectos que te desmotivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso

---

Como funcionário, o que você pensa sobre o Motel Paradiso como lugar de trabalho? \*

É UM LUGAR ACONCHEGANTE

---

Como cliente, o que você pensa sobre o Motel Paradiso? \*

É UMLUGAR ÓTIMO

O que sua família e amigos pensam quanto a Motel Paradiso como seu lugar para trabalhar? \*

UM LUGAR BOM

O que sua família e amigos pensam do Motel Paradiso como clientes? \*

UM LUGAR BOM

Em relação à empresa, seus líderes e colegas, assinale a alternativa que você concorda. \*

	Discordo sempre	Discordo na maioria das vezes	Às vezes concordo, às vezes discordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo sempre
Na empresa, todos tem oportunidade de receber um reconhecimento especial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Na empresa, pode-se contar com a colaboração dos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
As pessoas tem vontade de vir ao trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
as pessoas são bem tratadas independente da raça, gênero, idade...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Na empresa, as pessoas importam-se umas com as outras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Existe um sentimento de "família" e "equipe", por aqui	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Eu sou bem tratado, independente do meu cargo na empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Pretendo trabalhar aqui por mais tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança deixa claro o que esperado nosso trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Posso fazer qualquer pergunta aos chefes e obter respostas diretas	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança demonstra reconhecimento/agradecimento pelo bom trabalho e pelo esforço extra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
As pessoas são pagas adequadamente pelos serviços que fazem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança confia no bom trabalho dos funcionários, sem precisar vigiálos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança envolve as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Meu trabalho tem um sentido especial para mim e não é "mais um emprego"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Forms

# A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE MOTIVAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS

Pesquisa destinada aos funcionários dos Motéis Paradiso com fins acadêmicos. Os dados coletados serão utilizados para realização da Monografia e poderão ser utilizados para a criação de estratégias de comunicação interna no Motel Paradiso. Preencha o questionário somente após ler o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido anexo a esta pesquisa.

## Sexo \*

- MASCULINO
- FEMININO

## Idade \*

- 18 a 28 anos
- 29 a 38 anos
- 39 a 58 anos
- acima de 59 anos

## Estado Civil \*

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

## Grau de Escolaridade \*

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
-

Ensino médio Incompleto

Ensino médio completo

Outro: .....

Quanto tempo você trabalha na empresa? \*

menos de 30 dias

de 1 mês a 6 meses

de 7 meses a 1 ano e 6 meses

de 1 ano e 7 meses a 3 anos

3 anos ou mais

Na sua opinião, o Motel Paradiso é um lugar agradável para trabalhar?  
Porque? \*

SIM. PORQUE SOMOS BEM TRATADAS

---

Na sua opinião, o que uma empresa precisa para um funcionário gostar de trabalhar? \*

RECONHECIMENTO PROFISSIONAL. MOTIVAÇÃO

---

Na sua opinião, o que faz um funcionário não gostar de trabalhar em uma empresa e sair do emprego? \*

NÃO SER RECONHECIDO PROFISSIONALMENTE

---

Enumere de acordo com o que você considera mais importante, os fatores que motivam o funcionário a trabalhar em uma empresa \*

Um bom relacionamento com os colegas

bom relacionamento com a chefia



valorização pessoal e profissional

salário

Quando você começou a trabalhar no Motel Paradiso, como você foi recebido? Explique. \*

FUI BEM RECEBIDA PELA CHEFIA E PELAS COLEGAS

---

Alguém lhe mostrou a empresa e te deu informações sobre seu trabalho? \*

SIM. FOI UMA COLEGA

---

Atualmente, como você recebe informações sobre a empresa e sobre seu trabalho? \*

PELA CHEFIA

---

A empresa oferece treinamentos para os funcionários? \*

SIM. A GENTE FAZ NA PRÁTICA

---

De que forma a empresa se comunica com seus funcionários? \*

Jornal

Mural

Eventos

Painel, Mural

E-mail

Rádio Interno

Reuniões

Informativos

Treinamentos

Cartazes

What's app

Celular, Telefone

Outro: .....

Qual sugestão você daria para melhorar seu trabalho? \*

MAIS AUTORIDADE PELA PARTE DA CHEFIA

---

Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito insatisfeito e 5 muito satisfeito, responda: \*

	1	2	3	4	5
Em relação ao seu trabalho na Empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação à chefia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação aos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cite pelo menos 3 aspectos que te motivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso \*

SALÁRIO \* RECONHECIMENTO PROFISSIONAL \* BOM AMBIENTE DE TRABALHO

---

Cite pelo menos 3 aspectos que te desmotivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso

FALTA DE INTERESSE DE ALGUNS COLEGAS \* FALTA DE AMOR E DEDICAÇÃO PELO TRABALHO

---

Como funcionário, o que você pensa sobre o Motel Paradiso como lugar de trabalho? \*

Como cliente, o que você pensa sobre o Motel Paradiso? \*

BOM, MAS TEM CONDIÇÕES DE MELHORAR

---

O que sua família e amigos pensam quanto a Motel Paradiso como seu lugar para trabalhar? \*

COMO OUTRO TRABALHO QUALQUER

---

O que sua família e amigos pensam do Motel Paradiso como clientes? \*

BOM, AGRADÁVEL, DISCRETO

---

Em relação à empresa, seus líderes e colegas, assinale a alternativa que você concorda. \*

	Discordo sempre	Discordo na maioria das vezes	Às vezes concordo, às vezes discordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo sempre
Na empresa, todos tem oportunidade de receber um reconhecimento especial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Na empresa, pode-se contar com a colaboração dos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
As pessoas tem vontade de vir ao trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
as pessoas são bem tratadas independente da raça, gênero, idade...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Na empresa, as pessoas importam-se umas com as outras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existe um sentimento de "família" e "equipe", por aqui	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sou bem tratado,					

independente do meu cargo na empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Pretendo trabalhar aqui por mais tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança deixa claro o que esperado nosso trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posso fazer qualquer pergunta aos chefes e obter respostas diretas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança demonstra reconhecimento/agradecimento pelo bom trabalho e pelo esforço extra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
As pessoas são pagas adequadamente pelos serviços que fazem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança confia no bom trabalho dos funcionários, sem precisar vigiálos	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança envolve as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Meu trabalho tem um sentido especial para mim e não é "mais um emprego"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Forms

# A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE MOTIVAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS

Pesquisa destinada aos funcionários dos Motéis Paradiso com fins acadêmicos. Os dados coletados serão utilizados para realização da Monografia e poderão ser utilizados para a criação de estratégias de comunicação interna no Motel Paradiso. Preencha o questionário somente após ler o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido anexo a esta pesquisa.

## Sexo \*

- MASCULINO
- FEMININO

## Idade \*

- 18 a 28 anos
- 29 a 38 anos
- 39 a 58 anos
- acima de 59 anos

## Estado Civil \*

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

## Grau de Escolaridade \*

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
-

- Ensino médio Incompleto
- Ensino médio completo
- Outro: .....

Quanto tempo você trabalha na empresa? \*

- menos de 30 dias
- de 1 mês a 6 meses
- de 7 meses a 1 ano e 6 meses
- de 1 ano e 7 meses a 3 anos
- 3 anos ou mais

Na sua opinião, o Motel Paradiso é um lugar agradável para trabalhar?  
Porque? \*

SIM  
.....

Na sua opinião, o que uma empresa precisa para um funcionário gostar de trabalhar? \*

\*TER CONDIÇÕES TRATAR BEM OS FUNCIONÁRIOS E RECONHECER SEUS FUNCIONÁRIOS  
.....

Na sua opinião, o que faz um funcionário não gostar de trabalhar em uma empresa e sair do emprego? \*

EU ACHO QUE O RESPEITO, NÃO VALORIZAR OS ESFORÇOS QUE A PESSOA FAZ E O COLEGUISMO.  
.....

Enumere de acordo com o que você considera mais importante, os fatores que motivam o funcionário a trabalhar em uma empresa \*

- Um bom relacionamento com os colegas
-

bom relacionamento com a chefia

- valorização pessoal e profissional
- salário

Quando você começou a trabalhar no Motel Paradiso, como você foi recebido? Explique. \*

SEM EXPLICAÇÃO, MAS FUI RECEBIDO MUITO BEM, DESDE A GERENCIA ATE OS COLEGAS

---

Alguém lhe mostrou a empresa e te deu informações sobre seu trabalho? \*

SIM UM FUNCIONÁRIO QUE TRABALHA AQUI

---

Atualmente, como você recebe informações sobre a empresa e sobre seu trabalho? \*

PELA GERÊNCIA E COLEGAS

---

A empresa oferece treinamentos para os funcionários? \*

SIM, É PASSADO NAS REUNIÕES

---

De que forma a empresa se comunica com seus funcionários? \*

- Jornal
- Mural
- Eventos
- Painel, Mural
- E-mail
- Rádio Interno
- Reuniões

- Informativos
- Treinamentos
- Cartazes
- What's app
- Celular, Telefone
- Outro: .....

Qual sugestão você daria para melhorar seu trabalho? \*

AS PESSOAS TRABALHAM EM EQUIPE QUE É O QUE NÃO VI MUITO

---

Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito insatisfeito e 5 muito satisfeito, responda: \*

	1	2	3	4	5
Em relação ao seu trabalho na Empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação à chefia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação aos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cite pelo menos 3 aspectos que te motivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso \*

É UM LUGAR BOM DE TRABALHAR. A GERENTE BOA E O PATRÃO MELHOR AINDA

---

Cite pelo menos 3 aspectos que te desmotivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso

SÓ ACHO QUE TERIA QUE TER UMA ESTRUTURA PARA NÓS CAMINHARMOS NOS DIAS DE CHUVA.

---

Como funcionário, o que você pensa sobre o Motel Paradiso como lugar

de trabalho? \*

ACHO UM LUGAR MUITO BOM . QUE TEM PESSOAS QUE NÃO DÃO VALOR PARA ISSO

---

Como cliente, o que você pensa sobre o Motel Paradiso? \*

PENSO QUE É UM MOTEL BOM

---

O que sua família e amigos pensam quanto a Motel Paradiso como seu lugar para trabalhar? \*

ELES NUNCA FALARAM NADA

---

O que sua família e amigos pensam do Motel Paradiso como clientes? \*

UM LUGAR BOM

---

Em relação à empresa, seus líderes e colegas, assinale a alternativa que você concorda. \*

	Discordo sempre	Discordo na maioria das vezes	Às vezes concordo, às vezes discordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo sempre
Na empresa, todos tem oportunidade de receber um reconhecimento especial.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na empresa, pode-se contar com a colaboração dos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
As pessoas tem vontade de vir ao trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
as pessoas são bem tratadas independente da raça, gênero, idade...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Na empresa, as pessoas importam-se umas com as outras	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existe um sentimento de "família" e "equipe", por	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

aqui					
Eu sou bem tratado, independente do meu cargo na empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Pretendo trabalhar aqui por mais tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança deixa claro o que esperado nosso trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Posso fazer qualquer pergunta aos chefes e obter respostas diretas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança demonstra reconhecimento/agradecimento pelo bom trabalho e pelo esforço extra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
As pessoas são pagas adequadamente pelos serviços que fazem	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança confia no bom trabalho dos funcionários, sem precisar vigiálos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança envolve as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Meu trabalho tem um sentido especial para mim e não é "mais um emprego"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Forms

# A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE MOTIVAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS

Pesquisa destinada aos funcionários dos Motéis Paradiso com fins acadêmicos. Os dados coletados serão utilizados para realização da Monografia e poderão ser utilizados para a criação de estratégias de comunicação interna no Motel Paradiso. Preencha o questionário somente após ler o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido anexo a esta pesquisa.

## Sexo \*

- MASCULINO
- FEMININO

## Idade \*

- 18 a 28 anos
- 29 a 38 anos
- 39 a 58 anos
- acima de 59 anos

## Estado Civil \*

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

## Grau de Escolaridade \*

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
-

Ensino médio Incompleto

Ensino médio completo

Outro: .....

Quanto tempo você trabalha na empresa? \*

menos de 30 dias

de 1 mês a 6 meses

de 7 meses a 1 ano e 6 meses

de 1 ano e 7 meses a 3 anos

3 anos ou mais

Na sua opinião, o Motel Paradiso é um lugar agradável para trabalhar?  
Porque? \*

SIM. GOSTO MUITO DA EMPRESA  
.....

Na sua opinião, o que uma empresa precisa para um funcionário gostar  
de trabalhar? \*

NADA. TÁ TUDO DENTRO DO PADRÃO  
.....

Na sua opinião, o que faz um funcionário não gostar de trabalhar em  
uma empresa e sair do emprego? \*

TALVEZ SALÁRIO  
.....

Enumere de acordo com o que você considera mais importante, os  
fatores que motivam o funcionário a trabalhar em uma empresa \*

Um bom relacionamento com os colegas

bom relacionamento com a chefia



valorização pessoal e profissional

salário

Quando você começou a trabalhar no Motel Paradiso, como você foi recebido? Explique. \*

FUI BEM RECEBIDO E ME AJUDARAM EM TUDO

---

Alguém lhe mostrou a empresa e te deu informações sobre seu trabalho? \*

NÃO

---

Atualmente, como você recebe informações sobre a empresa e sobre seu trabalho? \*

NORMAL

---

A empresa oferece treinamentos para os funcionários? \*

SIM. TREINAMENTO DE COMO SE COMPORTAR, ROUPAS ADEQUADAS, ETC.

---

De que forma a empresa se comunica com seus funcionários? \*

Jornal

Mural

Eventos

Painel, Mural

E-mail

Rádio Interno

Reuniões

Informativos

- Treinamentos
- Cartazes
- What's app
- Celular, Telefone
- Outro: .....

Qual sugestão você daria para melhorar seu trabalho? \*

NADA DECLARAR

---

Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito insatisfeito e 5 muito satisfeito, responda: \*

	1	2	3	4	5
Em relação ao seu trabalho na Empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação à chefia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação aos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Cite pelo menos 3 aspectos que te motivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso \*

PORQUE AQUI TRATAM SUPER BEM FUNCIONÁRIOS \* SALÁRIOS SEMPRE NA DATA CORRETA \* AQUI É TUDO CERTO

---

Cite pelo menos 3 aspectos que te desmotivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso

NENHUM

---

Como funcionário, o que você pensa sobre o Motel Paradiso como lugar de trabalho? \*

Como cliente, o que você pensa sobre o Motel Paradiso? \*

UM ÓTIMO LUGAR, LIMPO

---

O que sua família e amigos pensam quanto a Motel Paradiso como seu lugar para trabalhar? \*

NORMAL

---

O que sua família e amigos pensam do Motel Paradiso como clientes? \*

SENTEM Satisfeito

---

Em relação à empresa, seus líderes e colegas, assinale a alternativa que você concorda. \*

	Discordo sempre	Discordo na maioria das vezes	Às vezes concordo, às vezes discordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo sempre
Na empresa, todos tem oportunidade de receber um reconhecimento especial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Na empresa, pode-se contar com a colaboração dos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
As pessoas tem vontade de vir ao trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
as pessoas são bem tratadas independente da raça, gênero, idade...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Na empresa, as pessoas importam-se umas com as outras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Existe um sentimento de "família" e "equipe", por aqui	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu sou bem tratado,					

independente do meu cargo na empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Pretendo trabalhar aqui por mais tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança deixa claro o que esperado nosso trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Posso fazer qualquer pergunta aos chefes e obter respostas diretas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança demonstra reconhecimento/agradecimento pelo bom trabalho e pelo esforço extra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
As pessoas são pagas adequadamente pelos serviços que fazem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança confia no bom trabalho dos funcionários, sem precisar vigiálos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança envolve as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Meu trabalho tem um sentido especial para mim e não é "mais um emprego"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Forms

# A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE MOTIVAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS

Pesquisa destinada aos funcionários dos Motéis Paradiso com fins acadêmicos. Os dados coletados serão utilizados para realização da Monografia e poderão ser utilizados para a criação de estratégias de comunicação interna no Motel Paradiso. Preencha o questionário somente após ler o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido anexo a esta pesquisa.

## Sexo \*

- MASCULINO
- FEMININO

## Idade \*

- 18 a 28 anos
- 29 a 38 anos
- 39 a 58 anos
- acima de 59 anos

## Estado Civil \*

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

## Grau de Escolaridade \*

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
-

Ensino médio Incompleto

Ensino médio completo

Outro: .....

Quanto tempo você trabalha na empresa? \*

menos de 30 dias

de 1 mês a 6 meses

de 7 meses a 1 ano e 6 meses

de 1 ano e 7 meses a 3 anos

3 anos ou mais

Na sua opinião, o Motel Paradiso é um lugar agradável para trabalhar?  
Porque? \*

Sim. porque tem colegas bem legais  
.....

Na sua opinião, o que uma empresa precisa para um funcionário gostar de trabalhar? \*

respeito  
.....

Na sua opinião, o que faz um funcionário não gostar de trabalhar em uma empresa e sair do emprego? \*

uma chefe chata \* salário  
.....

Enumere de acordo com o que você considera mais importante, os fatores que motivam o funcionário a trabalhar em uma empresa \*

Um bom relacionamento com os colegas

bom relacionamento com a chefia



valorização pessoal e profissional

salário

Quando você começou a trabalhar no Motel Paradiso, como você foi recebido? Explique. \*

bem. pelos meus colegas e gerente

---

Alguém lhe mostrou a empresa e te deu informações sobre seu trabalho? \*

sim. as colegas

---

Atualmente, como você recebe informações sobre a empresa e sobre seu trabalho? \*

pela gerente

---

A empresa oferece treinamentos para os funcionários? \*

sim

---

De que forma a empresa se comunica com seus funcionários? \*

Jornal

Mural

Eventos

Painel, Mural

E-mail

Rádio Interno

Reuniões

Informativos

- Treinamentos
- Cartazes
- What's app
- Celular, Telefone
- Outro: .....

Qual sugestão você daria para melhorar seu trabalho? \*

que não precise trabalhar na chuva

---

Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 muito insatisfeito e 5 muito satisfeito, responda: \*

	1	2	3	4	5
Em relação ao seu trabalho na Empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em relação à chefia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Em relação aos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cite pelo menos 3 aspectos que te motivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso \*

salário \* colegas \* chefia

---

Cite pelo menos 3 aspectos que te desmotivam a trabalhar na empresa Motel Paradiso

trabalho na chuva \* escuro \* sem luzes nas escadas

---

Como funcionário, o que você pensa sobre o Motel Paradiso como lugar de trabalho? \*

um bom lugar para trabalhar

---

Como cliente, o que você pensa sobre o Motel Paradiso? \*

um lugar bonito e limpo

O que sua família e amigos pensam quanto a Motel Paradiso como seu lugar para trabalhar? \*

acham um lugar legal

O que sua família e amigos pensam do Motel Paradiso como clientes? \*

eles falaram que é o motel mais caro de passo fundo mas é lindo

Em relação à empresa, seus líderes e colegas, assinale a alternativa que você concorda. \*

	Discordo sempre	Discordo na maioria das vezes	Às vezes concordo, às vezes discordo	Concordo na maioria das vezes	Concordo sempre
Na empresa, todos tem oportunidade de receber um reconhecimento especial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Na empresa, pode-se contar com a colaboração dos colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
As pessoas tem vontade de vir ao trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
as pessoas são bem tratadas independente da raça, gênero, idade...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na empresa, as pessoas importam-se umas com as outras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existe um sentimento de "família" e "equipe", por aqui	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Eu sou bem tratado, independente do meu cargo na empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Pretendo trabalhar aqui por mais tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança deixa claro o que esperado nosso trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Posso fazer qualquer pergunta aos chefes e obter respostas diretas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança demonstra reconhecimento/agradecimento pelo bom trabalho e pelo esforço extra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As pessoas são pagas adequadamente pelos serviços que fazem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A liderança confia no bom trabalho dos funcionários, sem precisar vigiálos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
A liderança envolve as pessoas em decisões que afetam suas atividades e seu ambiente de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meu trabalho tem um sentido especial para mim e não é "mais um emprego"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Forms

## AUTORIZAÇÃO

Autorizo a realização do projeto **A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FATOR DE MOTIVAÇÃO NO AUMENTO DA PRODUTIVIDADE EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS**, pela pesquisadora **VALMÍRIA A. BALBINOT** após emissão do parecer de aprovação pelo CEP, No Paradiso Motel de Passo Fundo.

SK HOTELARIA  
CNPJ 90.212.325/0001-20  


Rucaia Mussio (Gerente)



 /paradisomoteis  /moteisparadiso  
**moteisparadiso**  
.com.br