

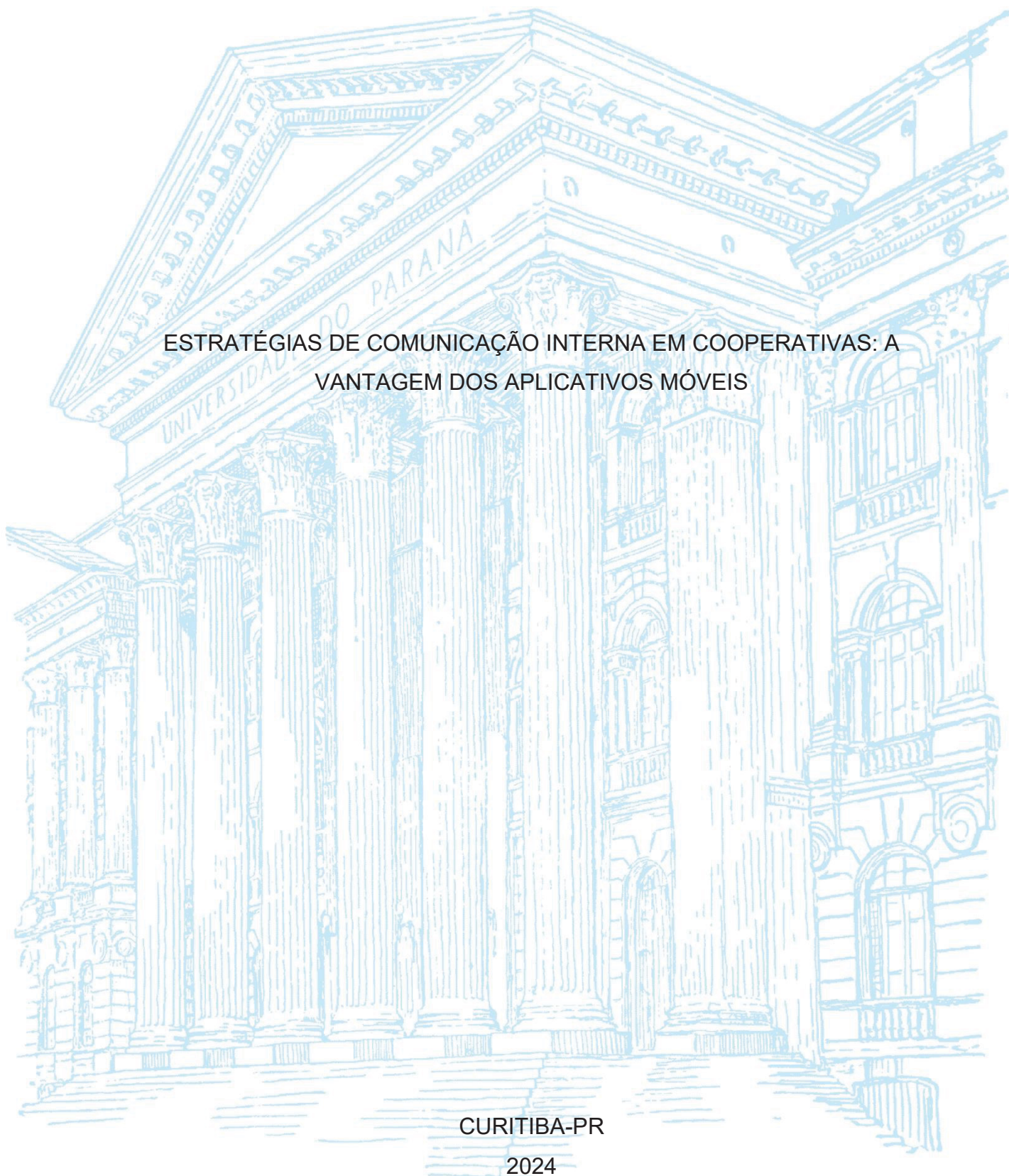
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MAIARA PASUCH DE CAMARGO

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA EM COOPERATIVAS: A
VANTAGEM DOS APLICATIVOS MÓVEIS

CURITIBA-PR

2024



MAIARA PASUCH DE CAMARGO

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA EM COOPERATIVAS: A
VANTAGEM DOS APLICATIVOS MÓVEIS

Artigo apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de Especialista, MBA em Gestão
de Talentos e Comportamento Humano,
Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Gustavo Abib

CURITIBA-PR

2024

RESUMO

Este trabalho examina a implementação de um aplicativo corporativo para a comunicação interna na Cooperativa C.Vale, destacando como essa ferramenta pode melhorar o alinhamento estratégico, a motivação dos colaboradores e a eficiência dos processos internos. A análise envolveu métodos de comunicação interna e destacou a importância de uma comunicação clara para promover engajamento e confiança entre equipe e liderança. Foram estimados custos para licenças, desenvolvimento, manutenção e treinamentos, e realizadas entrevistas com gerentes dos departamentos relevantes. A conclusão é que o aplicativo representará um avanço significativo na comunicação interna da organização, recomendando-se investimento contínuo em sua adaptação, evolução e treinamento dos colaboradores para garantir o sucesso estratégico.

Palavras-chave: comunicação interna; alinhamento estratégico; aplicativo corporativo.

ABSTRACT

This research examines the implementation of a corporate application for internal communication at the C.Vale Cooperative, highlighting how this tool can enhance strategic alignment, employee motivation, and the efficiency of internal processes. The analysis involved internal communication methods and emphasized the importance of clear communication in fostering engagement and trust between the team and leadership. Costs were estimated for licenses, development, maintenance, and training, and interviews were conducted with managers from the relevant departments. The conclusion is that the application will represent a significant advancement in the organization's internal communication. Continuous investment in its adaptation, evolution, and employee training is recommended to ensure strategic success.

Keywords: internal communication; strategic alignment; corporate application.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
1.1 APRESENTAÇÃO/PROBLEMÁTICA	4
1.2 OBJETIVO GERAL DO TRABALHO	6
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO TRABALHO	6
1.4 JUSTIFICATIVAS DO OBJETIVO	6
2 DIAGNÓSTICO E DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA.....	8
2.1 DESCRIÇÃO GERAL DA COOPERATIVA.....	8
3 PROPOSTA TÉCNICA PARA A SOLUÇÃO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA	11
3.1 DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA	11
3.2 PLANO DE IMPLANTAÇÃO	11
3.3 RECURSOS	13
3.4 VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA	15
3.5 RESULTADOS ESPERADOS	15
3.5.1 Metas e indicadores propostos.....	16
3.6 RISCOS OU PROBLEMAS ESPERADOS E MEDIDAS PREVENTIVO-CORRETIVAS	16
3.6.1 Riscos Esperados	16
3.6.2 Medidas Preventivas	16
4 CONCLUSÃO	17
5 REFERÊNCIAS.....	18

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO/PROBLEMÁTICA

A comunicação é, sem dúvidas, uma das ferramentas mais importantes em uma organização corporativa. É fundamental trabalhá-la de forma eficaz, clara e esclarecedora, tendo em vista o público-alvo a que se destina, e, evitando assim a disseminação de informações incorretas. Além disso, ter colaboradores bem-informados aumenta os níveis de motivação, fazendo-os sentir responsáveis pelos destinos, metas, objetivos e resultados da empresa, prontos a comemorarem os sucessos corporativos e disponíveis para defender a empresa em momentos menos favoráveis. Um ambiente de trabalho no qual as informações são claras facilita uma correta divulgação dos valores da marca e contribui para um correto posicionamento dos produtos e serviços da empresa.

A existência de uma ampla variedade de canais disponíveis e de fácil aplicação facilita a comunicação assertiva em uma corporação. Citam-se como exemplos os *e-mails*, intranet, reuniões presenciais ou virtuais, murais de avisos, boletins informativos, redes sociais corporativas, entre outros canais. Independentemente da ferramenta escolhida, é essencial que a comunicação interna seja bidirecional, permitindo que os funcionários também forneçam *feedback* e expressem suas opiniões e preocupações. Quando bem executada, a comunicação interna pode contribuir significativamente para o sucesso e a sustentabilidade de uma organização.

Avaliando-se o atual cenário econômico, no qual as empresas necessitam de adaptações imediatas devido às mudanças rápidas de mercado e demandas complexas, a comunicação se torna fundamental para que os colaboradores estejam focados e em alinhamento com as perspectivas da empresa. Através de uma comunicação assertiva e de forma integrada, alinhando a visão da empresa de acordo com o ambiente interno e externo, tende-se a garantir o sucesso e a sustentabilidade da empresa. OLIVEIRA (2018) pontua que correlacionar a comunicação organizacional com a comunicação estratégica é fulcral, pois, para a autora, tal estratégia não deve apenas ser utilizada em objetivos mensuráveis, mas também deve servir à escala humana, uma vez que pode criar estabilidade pessoal e profissional por meio de uma equilibrada gestão de atividades e técnicas.

Uma comunicação eficaz e coesa exige, no entanto, uma abordagem integrada e estratégica, consistente e alinhada com os objetivos da empresa e que considere a natureza das mensagens transmitidas, as coordenações de canais de comunicação, a abordagem holística e as adaptações às diversidades de públicos. Estes pontos são fundamentais para que a mensagem chegue da mesma forma para todos os interlocutores, pois segundo LUPETTI (2007, p. 15), *“planejar a comunicação exige interação, unificação de mensagens, instruções, boa vontade e envolvimento de todos os colaboradores. Para que isso seja possível, é necessária uma comunicação integrada”*.

A C.Vale (Cooperativa Agroindustrial) é uma cooperativa voltada ao agronegócio e atua em diversos segmentos agrícolas e de alimentos, tendo como seu propósito despertar nas pessoas um mundo mais próspero. A missão da cooperativa é produzir alimentos com excelência para o consumidor, tendo como visão, ser a melhor empresa no segmento de alimentos para os seus clientes. Sua sede administrativa localiza-se na cidade de Palotina, estado do Paraná.

Atualmente, a C.Vale está alocada em cinco estados brasileiros (Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Mato Grosso do Sul e Mato Grosso), contando com 139 unidades de insumos agrícola, além de atuar no setor industrial nas áreas de abatedouro de aves e peixes e esmagadora de soja. São 27.763 associados e 14.244 funcionários distribuídos entre as unidades, sendo considerada a segunda maior cooperativa do Brasil, possuindo também a maior planta industrial de abate de frango. Estes números a inserem como uma gigante do agronegócio nacional (DADOS 05/2024).

Em termos de comunicação interna, ressalta-se que C.Vale possui canais de comunicação internos e externos que têm como objetivo informar seus colaboradores para que estejam alinhados com as estratégias, missão e visão, com o intuito de crescimento sustentável da organização. A cooperativa possui canais de informações como intranet, *website*, mídias e redes sociais, programas em rádio e *WhatsApp*, os quais visam repassar as informações a toda a corporação de forma clara e objetiva e no menor tempo possível. No entanto, observa-se que, em geral, as informações não são transmitidas através dos mesmos canais e de forma simultânea entre todas as unidades que integram a cooperativa.

Diante disso, é possível entender a necessidade de uma comunicação integrada, visando que todas as áreas, unidades, funcionários e associados estejam

cientes e engajados no cumprimento das demandas e estratégias da cooperativa. Faz-se necessário que as informações sejam repassadas de forma clara e objetiva para que seja possível atender as demandas do mercado externo que a cada dia se tornam mais complexas e competitivas.

1.2 OBJETIVO GERAL DO TRABALHO

Identificar oportunidades para aprimorar a comunicação interna, propondo o desenvolvimento de um aplicativo para a comunicação estratégica e integrada de todos os colaboradores da cooperativa.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DO TRABALHO

- a) Mapear as principais falhas no processo de comunicação
- b) Analisar as principais ferramentas e práticas do mercado
- c) Elaborar os requisitos do aplicativo
- d) Testar seu conceito internamente

1.4 JUSTIFICATIVAS DO OBJETIVO

Nos últimos anos, devido ao esforço contínuo para aumentar a produtividade e a qualidade, a comunicação interna tem ganhado maior valorização nas empresas. A comunicação interna é uma ferramenta estratégica essencial para alinhar os interesses dos colaboradores e da empresa, pois estimula o diálogo, a troca de informações e experiências, e a participação de todos os níveis hierárquicos. Além disso, contribui significativamente para a melhoria do clima organizacional (MENAN, 2009).

Além disso, globalmente, as empresas têm adotado práticas mais sustentáveis, visando tanto a preservação do meio ambiente quanto a redução de despesas financeiras. O uso de papel tem diminuído significativamente, pois, com a Internet e a facilidade dos *e-mails*, a necessidade de imprimir documentos ou boletos tornou-se cada vez menor (GAZETA, 2021).

Com a soma dessas duas tendências, identificamos a importância da utilização de um aplicativo de comunicação que pode trazer agilidade, permitindo uma rápida

transmissão de informações em uma cooperativa com mais de 14 mil funcionários. O uso de um aplicativo reduz o tempo gasto em trocas de *e-mails* ou telefonemas, permitindo que os funcionários se concentrem em tarefas mais importantes, além de minimizar possíveis mal-entendidos ou atrasos.

Cabe ressaltar também que o uso de um aplicativo de comunicação possibilita ter todas as informações na palma da mão, o que garante um armazenamento rápido e fácil, bem como o acesso a informações retroativas que permitem gerenciar e consultar dados importantes.

2 DIAGNÓSTICO E DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

2.1 DESCRIÇÃO GERAL DA COOPERATIVA

A C.Vale – Cooperativa Agroindustrial, teve sua origem no município de Palotina, fundada no ano de 1963 por 24 produtores com o nome de Campal (Cooperativa Palotinese). Em 1974 ocorreram as primeiras expansões para outros municípios da região oeste do Paraná e a mudança da Razão Social para Coopervale (Cooperativa Do Vale do Piquiri).

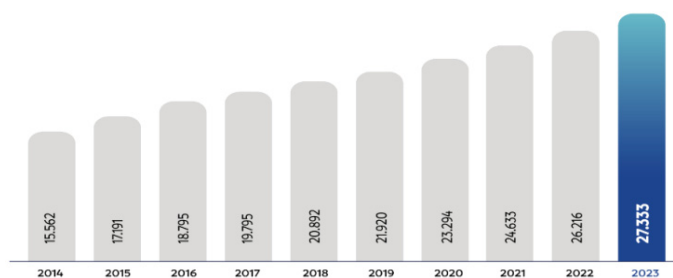
No ano de 1981 ocorreram as expansões para o estado do Mato Grosso, através da incorporação de cooperativas em Diamantino e Nova Mutum, marcando o início da expansão da referida Cooperativa para outros estados. Na próxima expansão, o objetivo da Cooperativa era buscar a produção de sementes de soja e trigo de qualidade, o que marcou sua ida para o estado de Santa Catarina, nos municípios de Abelardo Luz e Faxinal dos Guedes.

A década de 90 marcou o plano de modernização e diversificação das atividades da Cooperativa, a qual inaugurou em 1997 o complexo industrial com a planta de abate de frangos. Já no ano seguinte, em 1998, iniciaram-se as atividades no país vizinho Paraguai, com insumos e grãos.

O ano de 2001 marca o início das atividades no estado do Mato Grosso do Sul, buscando atender os cooperados que saíram da região oeste do Paraná para ampliar suas áreas agrícolas. Nesta década, alterou-se a razão social de Coopervale para C.Vale (Abreviação de Cooperativa do Vale do Piquiri). Ressalta-se que esta década também marca a incorporação da Coopermibra e a ampliação de sua área de atuação no Paraná.

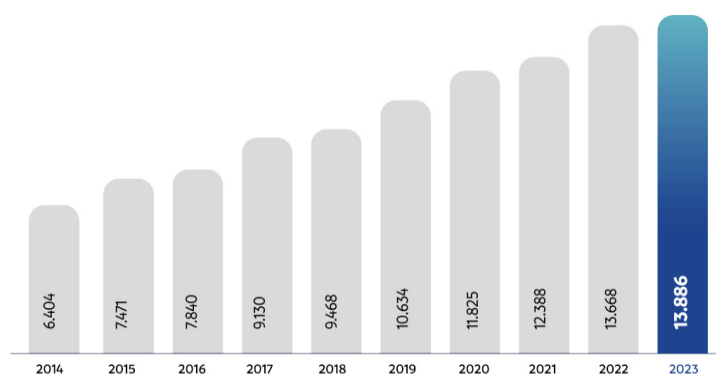
Em 2015, a Cooperativa expandiu para o Rio Grande do Sul com a compra da Marasca, marcando também o retorno para as origens dos fundadores da Cooperativa. Após este período, ocorreram as incorporações dentro do Paraná de duas Cooperativas: Agropar e Cooatol. No ano de 2023, a C.Vale comemorou o seu aniversário de 60 anos, inaugurando a esmagadora de soja e celebrando um antigo sonho dos cooperados. As figuras 1, 2 e 3 mostram a evolução no perfil da Cooperativa no que tange o número de associados, de funcionários e o faturamento ao longo do tempo, evidenciando o resultado dessa constante expansão.

FIGURA 1 - EVOLUÇÃO DO QUADRO DE ASSOCIADOS



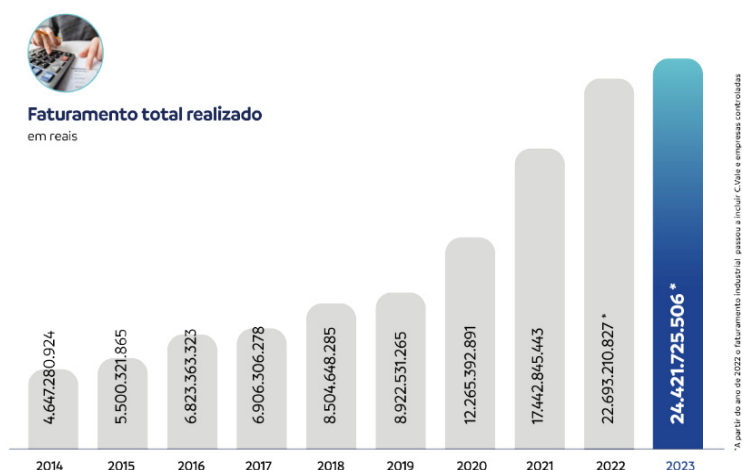
FONTE: REVISTA C. VALE (2023)

FIGURA 2 - EVOLUÇÃO DO QUADRO DE FUNCIONÁRIOS



FONTE: REVISTA C. VALE (2023)

FIGURA 3 - FATURAMENTO



FONTE: REVISTA C. VALE (2023)

A Cooperativa C.Vale possui atualmente 139 unidades de insumos e grãos, rede de supermercados, serviços agropecuários, lojas agropecuárias, transportadora, postos de combustíveis, complexo industrial de abate de frangos e peixes,

esmagadora de soja e amidonaria. Além de participar das Cooperativas Centrais Frimesa (Leite e Suínos) e Cotriguaçu (Moinho de trigo e Logística/Portos), onde fortalece a força do Cooperativismo. Hoje a C.Vale é a 2º maior Cooperativa singular do Brasil.

2.2 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO - PROBLEMA

Foi realizado um levantamento com 28 pessoas de um dos setores da Cooperativa sobre o clima organizacional. Ao realizar-se a pesquisa, verificou-se que um dos apontamentos dos colaboradores está diretamente ligado com a comunicação interna. Apontou-se que a mesma possui alguns gargalos que precisam ser ajustados, conforme necessidade dos setores e atividades.

Segundo a pesquisa realizada, a comunicação interna tem se mostrado ineficiente, causando uma série de problemas operacionais e de gestão que afetam a produtividade e o clima organizacional. Com isso, alguns sintomas são sentidos pela Cooperativa em seu dia a dia, como: falha na disseminação de informações, retrabalho, baixa moral e motivação, atrasos em projetos e desalinhamento de objetivos. Estes problemas são reflexos de canais de comunicação ineficientes, falta de treinamento, a cultura organizacional, estrutura de comunicação fragmentada, bem como processos de *feedback* ineficientes.

Os problemas de comunicação interna são multifacetados e têm um impacto negativo significativo em várias áreas da organização. Abordar essas questões requer uma análise aprofundada das causas subjacentes e a implementação de soluções eficazes para melhorar a disseminação de informações, a clareza na comunicação e a transparência em todos os níveis da empresa.

3 PROPOSTA TÉCNICA PARA A SOLUÇÃO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

3.1 DESENVOLVIMENTO DA PROPOSTA

Junto ao grupo foi identificado os seguintes problemas: falhas que hoje existem nas comunicações das gestões administrativas dos setores da cooperativa, sendo elas a indústria, administração central e unidades.

Apontamentos da indústria: falhas na comunicação entre funcionários e a administração central, resultando em mal-entendidos e processos ineficientes.

Apontamentos na Administração Central: dificuldades na transmissão de informações entre os setores, causando falta de alinhamento.

Apontamentos das unidades de insumos e grãos: problemas na comunicação entre unidades e administração central, levando a inconsistências na execução de tarefas e implementação de políticas.

Para os problemas supracitados, tivemos a ideia de implementar um canal oficial através de um aplicativo de comunicação dentro da empresa, aprimorando assim ainda mais a comunicação entre os departamentos, diretorias e unidades, evitando a falha na comunicação entre as equipes, bem como uma comunicação não oficial entre as equipes.

Com a implantação do aplicativo corporativo o colaborador poderá, em tempo real, tirar dúvidas recorrentes na execução de tarefas, acompanhar respostas aos questionamentos e responder a questões pertinentes a sua atividade. Preconizamos que essa implantação será benéfica para os colaboradores, refletindo diretamente “na ponta”, no atendimento ao cliente, que terá uma atenção mais voltada às suas necessidades em menor tempo de resposta.

Para o surgimento da ideia, levamos em consideração as sugestões e reclamações pautadas na pesquisa com os colaboradores, e para sua efetivação consideramos riscos de sua aplicação, em especial no âmbito financeiro (aprovações da diretoria) e a não aderência do aplicativo pelos próprios colaboradores.

3.2 PLANO DE IMPLANTAÇÃO

Para a operacionalização deste projeto, foram elaboradas ações detalhadas para o planejamento, execução e acompanhamento da solução, assegurando uma

implementação eficiente e eficaz. A primeira etapa será o levantamento detalhado das demandas e necessidades dos funcionários em relação à comunicação interna. Esse processo envolve a condução de uma pesquisa de satisfação para capturar as opiniões e percepções dos colaboradores sobre os canais e métodos de comunicação atuais. A pesquisa buscou identificar áreas de melhoria e oportunidades para aprimorar a eficácia da comunicação dentro da organização, garantindo que todos os funcionários se sintam ouvidos e suas necessidades atendidas. A equipe responsável por esta atividade será do Departamento de Recursos Humanos (DERHU).

Na segunda etapa, também de responsabilidade do DERHU, será realizado um levantamento de informações do mercado sobre a utilização de aplicativos para comunicação interna. Esse processo envolverá a condução de um *benchmarking* com cooperativas, permitindo comparar e identificar as melhores práticas adotadas por essas organizações.

A terceira etapa será levantar fornecedores e orçamentos para aplicativos de comunicação interna. Para isso, está sendo realizada uma pesquisa detalhada de empresas especializadas nesse segmento, visando identificar as melhores opções disponíveis no mercado, sendo esta etapa, de responsabilidade da equipe do Departamento de Tecnologia da Informação (DEPTI).

Na quarta etapa, o DERHU precisará apresentar à diretoria um projeto de aplicativo de comunicação, visando a aprovação da demanda e dos valores necessários. Para isso, serão apresentadas informações detalhadas e identificadas as necessidades específicas para melhorar a comunicação interna da organização.

Na quinta etapa, a equipe do DEPTI será encarregada de contratar uma consultoria para desenvolver as funcionalidades do aplicativo de comunicação. Para isso, a equipe avaliará orçamentos e a viabilidade do projeto, garantindo a escolha da melhor solução para atender às necessidades da organização.

No sexto passo, a equipe do DERHU será responsável por prestar suporte à consultoria durante o desenvolvimento do aplicativo de comunicação. Isso incluirá fornecer informações relevantes sobre os funcionários, como dados de cadastro, por exemplo, para que possam ser inseridos no aplicativo, respeitando as diretrizes da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados).

No sétimo passo, a equipe de auditoria será responsável por realizar uma análise minuciosa das informações armazenadas e exibidas no aplicativo. Esse processo incluirá a validação das informações para garantir que estejam precisas,

atualizadas e em total conformidade com as diretrizes da LGPD. A equipe deverá assegurar que todos os dados pessoais dos usuários sejam protegidos e que o aplicativo atenda aos requisitos legais de privacidade e segurança. Além disso, a equipe de auditoria identificará quaisquer inconsistências ou áreas de risco e recomendará as medidas corretivas necessárias para manter a integridade e a conformidade do sistema.

Durante a oitava fase, a equipe da Assessoria de Qualidade e Comunicação Social (ASQTC) ficará responsável pelo planejamento das estratégias de comunicação, incluindo a programação das informações que serão compartilhadas no aplicativo. Este processo envolverá a definição de um cronograma detalhado para a publicação e disseminação de conteúdos, assegurando que as mensagens sejam claras, pertinentes e alinhadas com os objetivos da organização.

Na nona fase do processo, a equipe da ASQTC ficará responsável por monitorar a comunicação escrita e visual do aplicativo, garantindo que esteja em conformidade com as diretrizes de formatação da C.Vale. Isso envolve a revisão e ajuste dos conteúdos e *design* para assegurar consistência, clareza e alinhamento com os padrões estabelecidos pela cooperativa.

No décimo estágio, a equipe do DEPTI será a responsável pelo lançamento piloto do aplicativo, o qual será realizado selecionando uma região específica para o teste. Este lançamento permitirá avaliar o desempenho e a funcionalidade do aplicativo em um ambiente controlado, antes da implementação completa.

Na décima primeira etapa, será o lançamento oficial do aplicativo. O processo envolverá a disponibilização do aplicativo para todos os colaboradores e a apresentação da ferramenta em uma reunião via *Microsoft Teams*, onde serão detalhadas suas funcionalidades e benefícios. Nesta etapa ficarão à frente as equipes do DEPTI e da ASQTC.

Ao chegar à décima segunda etapa, a Universidade Corporativa será a responsável pelo treinamento dos usuários do aplicativo. Este processo inclui a apresentação detalhada das funcionalidades do aplicativo e orientações específicas sobre como acessar e utilizar a ferramenta de forma eficaz.

3.3 RECURSOS

Para a implantação do aplicativo corporativo, foram realizadas estimativas detalhadas dos custos relacionados a licenças de *software*, desenvolvimento, manutenção e treinamentos para os usuários. Além disso, foram conduzidas pesquisas de *Benchmarking* e realizadas entrevistas com os gerentes dos departamentos envolvidos na implementação do sistema, incluindo o Departamento de Tecnologia da Informação (DEPTI), a Assessoria de Qualidade e Comunicação Social (ASQTC) e o Departamento de Recursos Humanos (DERHU). Essas entrevistas permitiram identificar as informações necessárias e os métodos de comunicação mais eficazes. Em relação ao aspecto tecnológico, verificou-se que a infraestrutura da C.Vale é adequada e atende às necessidades do projeto, com servidores e equipamentos de suporte já instalados. Para o desenvolvimento, foram alocados custos referentes aos recursos humanos, incluindo desenvolvedores, analistas e especialistas em comunicação interna, que dedicarão tempo à execução do projeto, conforme apresentado nas Tabelas 1 e 2.

TABELA 1 – RECURSOS NECESSÁRIOS PARA A IMPLANTAÇÃO DO APLICATIVO

Recursos para a implantação	Valor
Aquisição da plataforma	R\$ 150.000,00
Salário dos consultores	R\$ 144.000,00
Custo funcionários envolvidos no processo	R\$ 44.352,00
Total da implantação	R\$ 338.352,00

FONTE: O autor (2024)

Os valores acima foram calculados seguindo os seguintes parâmetros: i) tempo de implantação de 12 meses; ii) aquisição da plataforma – valores de mercado após *Benchmarking* com empresas e cooperativas para o aplicativo com maior abrangência e que atendesse as necessidades pontuadas; iii) salários dos consultores – salário de um consultor no valor de R\$ 12.000,00 mensal; iv) custo fixo após implantação – R\$ 5.000,00 mensais para manutenções e suporte.

TABELA 2 – CUSTO DE FUNCIONÁRIOS DA C. VALE

Função	Carga horária	Valor
Gerente	240	R\$ 13.400,00
Analistas	1104	R\$ 30.912,00
Total	1344	R\$ 44.352,00

FONTE: O autor (2024)

3.4 VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA

A implementação de um *software* dedicado para melhorar a comunicação interna da cooperativa é uma iniciativa promissora e estratégica. A necessidade de abordar as falhas atuais na comunicação entre a indústria, a administração central e as unidades são evidentes. A proposta apresenta um plano abrangente que não só visa resolver os problemas identificados, mas também alavancar o potencial de crescimento e eficiência da cooperativa.

Aspectos que podemos considerar como positivos incluem que o envolvimento de uma equipe de TI dedicada e consultores externos experientes garantem que o projeto será bem estruturado e executado com profissionalismo. Esse investimento inicial em *expertise* é crucial para o sucesso a longo prazo. A escolha de servidores confiáveis e a atenção à segurança dos dados conforme a LGPD demonstram um compromisso com a robustez e a conformidade legal, essenciais para qualquer sistema de TI moderno.

Os aspectos que devemos considerar em relação aos custos: Com o orçamento de desenvolvimento variando de R\$ 40.000,00 a R\$ 400.000,00, é essencial uma gestão rigorosa dos custos e prazos para evitar desvios que possam comprometer o projeto. Manter o controle sobre a manutenção e suporte também será crucial para garantir a sustentabilidade a longo prazo. E após todos os custos levantados do projeto, acreditamos que o projeto pode ser viabilizado, pois a empresa só tem a ganhar com a capacitação de seus colaboradores, e incluir uma melhor comunicação em sua cultura.

3.5 RESULTADOS ESPERADOS

a) Melhoria na troca de informações entre departamentos, reduzindo falhas de comunicação, visando respostas mais rápidas e maior segurança da informação.

b) Acesso a informações de forma ágil e rápida, sendo transmitida simultaneamente entre os colaboradores e com a possibilidade de acesso em qualquer lugar.

c) Redução de conflitos entre os colaboradores na execução do processo, devido a clareza na informação.

d) Agilidade e atendimento personalizado ao cliente, visando satisfação dos mesmos e alcance dos resultados e metas propostos pela cooperativa.

3.5.1 Metas e indicadores propostos

a) Adoção de 85% entre os funcionários, sendo que destes as áreas técnicas e administrativas tenham adesão de 100%.

b) Concluir a implantação no prazo de no máximo 1 ano.

c) Obter índice de satisfação dos funcionários de no mínimo 90% após a implantação.

d) Redução do tempo de resposta para resolução de problemas no mínimo em 20% nos processos.

3.6 RISCOS OU PROBLEMAS ESPERADOS E MEDIDAS PREVENTIVO-CORRETIVAS

3.6.1 Riscos Esperados

a) Perda da cultura organizacional, devido a perda de valores, regras ou condutas estipuladas pela cooperativa, além de possível resistência a mudanças.

b) Falhas na implantação e possíveis erros de integração com sistemas existentes.

3.6.2 Medidas Preventivas

a) Realizar uma análise detalhada da infraestrutura de TI existente para identificar possíveis pontos de integração e conflitos.

b) Testes de integração extensivos antes da implantação.

c) Garantir que a infraestrutura de servidores e rede seja adequada para suportar a carga esperada.

4 CONCLUSÃO

Ao longo deste trabalho, evidenciou-se a importância da comunicação interna nas organizações e seu impacto no desempenho e na satisfação dos colaboradores. A análise dos métodos e práticas de comunicação revelou que uma comunicação interna eficaz é crucial para o alinhamento estratégico, a motivação dos funcionários e a criação de um ambiente de trabalho colaborativo e produtivo.

Organizações que investem em uma comunicação interna bem estruturada tendem a alcançar um melhor alinhamento entre as equipes e uma maior eficiência nos processos internos. A clareza e a transparência na comunicação facilitam a transmissão de informações e fortalecem o engajamento e a confiança entre os membros da equipe e a liderança.

A implantação do aplicativo para comunicação interna, analisado neste trabalho, representa um avanço significativo na gestão das interações internas da organização. Espera-se que esta ferramenta acelere os processos, minimize a dispersão de informações e estruture a comunicação de forma equitativa entre todos os segmentos da cooperativa.

Investir continuamente no sucesso da comunicação interna pode gerar benefícios substanciais para a organização e seus colaboradores, promovendo um ambiente de trabalho mais harmonioso e eficiente. O aplicativo deverá facilitar a troca de informações, tornando a comunicação mais ágil e transparente. No entanto, o sucesso contínuo dependerá da adaptação e evolução constante do sistema, bem como do comprometimento com a capacitação e o envolvimento dos colaboradores.

Em resumo, a comunicação interna deve ser considerada não apenas uma ferramenta operacional, mas um elemento estratégico essencial para o sucesso organizacional.

5 REFERÊNCIAS

A Gazeta. **Política sustentável: Empresa cria projeto para reduzir o uso de papel.** A Gazeta, outubro de 2021. Disponível em: <https://www.agazeta.com.br/especial-publicitario/benevix/politica-sustentavel-empresa-cria-projeto-para-reduzir-o-uso-de-papel-1021>. Acesso em 13 de junho de 2024.

LUPETTI, M. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica.** São Paulo: Thompson Learning, 2007.

MENAN, Marcela Grubisich. A importância da comunicação interna nas organizações. **Revista S@ber**, Londrina, v. 5, n. 1, 2009. Disponível em: <<https://www.inesul.edu.br/revista/index.php?vol=6>>. Acesso em 13 jun. 2024.

OLIVEIRA, F. N. S. Comunicação das Organizações: Um olhar sobre a importância da Comunicação. **Media e Jornalismo**, vol. 18., n. 33, p. 1-13, 2018. https://doi.org/10.14195/2183-5462_33_4.