

COLABORADORES AVALIAM COMUNICAÇÃO INTERNA

A Comunicação Interna é entendida como muito importante e com alguma relevância estratégica por quem trabalha na empresa. Segundo um estudo da Spirituc, mais de 60% dos inquiridos manifesta disponibilidade para se envolver em acções futuras. Por Almerinda Romeira

Se não tem Comunicação Interna (CI) na sua empresa ou instituição e não privilegia a participação dos colaboradores nos processos de Comunicação Interna, então cuide-se senhor gestor! Esta é a principal mensagem a extrair de "O Diagnóstico de Comunicação Interna – a Opinião dos Colaboradores", promovido pela empresa Spirituc em parceria com as associações APCE, APG e Grace.

O estudo, antecedido pelo Grande Prémio APCE 2009 – Excelência em Comunicação, não deixa dúvidas sobre a importância que os colaboradores atribuem à comunicação interna nas organizações: 94,9% dos inquiridos classificou-a com 8,9 ou 10, numa escala cujo limite superior era 10. Por outro lado, quase metade dos colaboradores reconhece que a Comunicação Interna "tem uma relevância estratégica muito significativa no contexto da instituição".

Apesar da grande importância que lhe atribui, a maioria não sabe, ou não quis responder se a sua instituição dispunha de orçamento próprio para Comunicação Interna. Apenas 16,2% dos inquiridos disse saber da existência de budget.

Em relação ao departamento onde está inserida a Comunicação Interna há, segundo o estudo, "uma grande heterogeneidade nas respostas, existindo algum destaque para a sua dependência do departamento de Comunicação Institucional/Corporativa".

As respostas situam em segundo lugar a Comunicação Interna das empresas como dependendo de um departamento próprio com a designação de Comunicação Interna.

A quase totalidade dos colaboradores recorda a existência de acções de comunicação interna, quer realizadas em suporte digital (97,8%), quer em suporte físico (80,1%), quer em suporte presencial (72,8%). Se no caso da Comunicação Interna de âmbito digital são especialmente referidos o e-mail (90,1%) e a intranet (85,6%) como os mecanismos mais recordados pelos colaboradores, no suporte físico, o destaque vai inteiramente para a revista interna, com 57,4% das respostas.

Os eventos são a acção presencial mais lembrada pelos colaboradores, que colocam em segundo lugar as reuniões regulares e em terceiro os work-

shops. No que respeita ao conhecimento dos colaboradores sobre os conteúdos divulgados no âmbito da Comunicação Interna observa-se uma relativa homogeneidade. Ainda assim há dois conteúdos que sobressaem: visão, missão e valores da empresa (72%) e informação sobre acções, projectos e iniciativas (68%).

De acordo com o estudo, a maioria dos inquiridos considera que a comunicação interna é "planeada, regular, contínua" e eficaz, enquanto um número quase idêntico considera que existe empenho de toda a cadeia hierárquica na sua promoção. No primeiro caso, "destacam-se os benefícios relacionados com o conhecimento sobre a própria empresa". No segundo aspecto, destaca-se "o facto de promover o desenvolvimento de uma cultura organizacional sólida e coerente".

Qual é o nível de participação do colaborador nos processos de comunicação interna? – perguntava-se. A maioria (57,4%) dos colaboradores respondeu não ter colaborado nestes processos. Dos 42,6% que disseram já o ter feito, a participação mais frequente prendeu-se com a apresentação de ideias, sugestões e acções, eventos e workshops.

É PRECISO MELHORAR

Na escala de 1 a 10, os colaboradores classificam com um 7, a satisfação com a Comunicação Interna existente nas suas empresas. "Existe uma satisfação genérica com as acções e mecanismos de Comunicação Interna existentes nas empresas, quer quanto à frequência, conteúdos e grafismo", sublinha o estudo. Também aqui, o e-mail e a intranet, surgem à cabeça no suporte digital.

Melhorar a Comunicação Interna nas empresas é salutar e desejável. Mas como se melhora esta? Mais de metade dos inquiridos (55,4%) é da opinião que "o aumento da participação dos colaboradores e departamentos é a medida mais relevante para a melhoria da comunicação interna da empresa".

A realização de diagnósticos de Comunicação Interna, a par de acções de dinamização e promoção dos mecanismos, acções e definição de estratégias e planos de comunicação são, segundo o estudo, outras das medidas mais relevantes a desenvolver com vista à melhoria da mesma.

O que é preciso melhorar, afinal? Uma maioria larga (60,9%) responde que a Comunicação Interna deveria disponibilizar informação de apoio à melhoria das competências dos colaboradores. Já 48% dos inquiridos considera que a comunicação deveria contribuir para a promoção do trabalho em equipa.

A visão, missão e valores da empresa são os conteúdos mais divulgados, no entanto, a maioria dos colaboradores gostaria de possuir mais informação sobre recursos humanos, bem como sobre acções, projectos e iniciativas. Claramente também, os colaboradores pretendem ver incrementados os suportes de cariz digital, com destaque para o portal do empregado e o manual de acolhimento. Também são precisos mais workshops, dizem.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Segundo o estudo, a esmagadora maioria dos colaboradores tem conhecimento da existência de acções de responsabilidade social por parte da empresa. À cabeça destas acções surge a "implementação e promoção de medidas amigas do ambiente (76,3% das respostas). A participação ou organização de acções de voluntariado e acções de mecenato foram outras práticas invocadas.

A forma pela qual os colaboradores tomaram conhecimentos dessas iniciativas foi fundamentalmente através de mecanismos de Comunicação Interna, diz a maioria (84,1%).

Uma coisa é saber, outra participar: 62,6% dos colaboradores não costuma

colaborar nas acções de responsabilidade social desenvolvidas pela empresa. As razões invocadas vão desde a falta de conhecimento com a antecedência necessária (31,3%), até à interpretação negativa por parte dos colegas (2,2%), mas a falta de disponibilidade (44,1%) é a principal razão apontada.

Que acções gostaria de ver realizadas com maior frequência? – perguntava-se ainda. O equilíbrio do binómio trabalho-família colheu a maioria das respostas (60,8%). A promoção do desenvolvimento e competências pessoais, profissionais e educação e a promoção da diversidade e igualdade de oportunidades foram outras das acções mais destacadas por quem trabalha na empresa.

O aumento da participação dos colaboradores é a medida mais relevante para a melhoria da CI

COMO SE FEZ O ESTUDO

O "DIAGNÓSTICO de Comunicação Interna – a Opinião dos Colaboradores", promovido pela Spirituc, em parceria com a APG (Associação Portuguesa dos Gestores e Técnicos dos Recursos Humanos), APCE (Associação Portuguesa de Comunicação de Empresas) e Grace, foi o segundo inquérito sobre a qualidade e o grau de satisfação dos colaboradores com a Comunicação Interna das empresas portuguesas. O estudo foi realizado com base numa amostra de 1.280 questionários electrónicos de auto-preenchimento, enviados a colaboradores de várias empresas com acesso à Internet. O estudo decorreu entre 1 de Julho e 30 de Setembro de 2008.



MEDIDAS PARA MELHORAR A CI NA EMPRESA

Criação de departamento de comunicação Interna	12,7
Aumento do orçamento destinado à CI	6,3
Alocação de mais colaboradores à função de CI	8,8
Definição de uma estratégia e plano de CI	42,0
Dinamismo e promoção dos mecanismos/acções	44,3
Avaliação de receptividade dos mecanismos/acções	40,9
Realização de diagnósticos de CI	44,5
Participação dos colaboradores/departamentos	55,4
Manter desempenho actual	17,5
Outra	8,4
Não sabe/Não responde	6,4

NECESSIDADES DE CI DETECTADAS NA EMPRESA

Informação de apoio à melhoria das competências	60,9
Informação sobre a empresa, os projectos e acções	38,6
Informação sobre a equipa/os colegas	35,0
Promoção da participação dos colaboradores	33,8
Promoção do trabalho em equipa	48,0
Promoção da integração entre as diferentes áreas	43,4
Integração dos colaboradores na empresa	28,9
Facilitação de processos de comunicação	38,8
Envolvimento dos colaboradores nos objectivos	38,8
Realização de acções e divulgação de boas práticas	24,1
Realização e comunicação de acções e informação	32,5
Consolidação da cultura da organização	36,6
Outra(s) necessidades	7,3
Não sabe/Não responde	4,7

Nota: - % em coluna - resposta múltipla, (n=1280)

DEPARTAMENTO EM QUE ESTÁ INSERIDA A COMUNICAÇÃO INTERNA

Assessoria à Administração/Assuntos Administrativos	4,4
Secretaria-Geral	5,8
Comunicação Interna	12,3
Marketing	10,9
Comercial	1,3
Relações Públicas	2,7
Comunicação Institucional/Corporativa	14,0
Recursos Humanos	6,6
Informática	2,1
Outsourcing (equipa externa)	0,2
Vários colaboradores, vários departamentos	11,1
Não está conferida a ninguém em particular	9,1
Outro	4,1
Não sabe/Não responde	15,5

Nota: - % em coluna - resposta única

ACÇÕES DE CI DIGITAIS MAIS RECORDADAS

DIGITAL	ACÇÕES CI	FREQUÊNCIA MÉDIA (1)
Manual de Acolhimento	18,9	4,94
Outros manuais	9,2	3,63
E-mail	90,1	1,63
Newsletter	56,1	2,56
Portal do empregado	15,9	1,37
Intranet	85,6	1,25
Extranet (acesso à intranet do exterior)	21,5	1,25
Wallpapers/Screen Savers	25,7	3,58
Quiosques multimédia	3,7	1,61
Canal de TV Interna	8,0	2,10
Filmes temáticos de banda desenhada	0,8	4,50
Videos institucionais	24,7	4,30

Nota: - % em coluna - resposta múltipla Acções CI - n=1267 (1) - Escala de 1 a 7, em que 1 significa diário, 2 semanal, 3 mensal, 4 bimestral, 5 trimestral, 6 semestral e 7 anual.



Fiscalidade EM DEBATE



17 de Março de 2009 | VIP Grand Lisboa Hotel & Spa

PROGRAMA

14h00 Recepção dos participantes

14h30 Sessão de abertura. Filomena Salgado Oliveira, FSO CONSULTORES

14h45 O IRC e os Incentivos Fiscais | Medidas anticíclicas e de combate à crise | Incentivos à criação de emprego. Filomena Salgado Oliveira, FSO CONSULTORES

15h25 O IRS e os Benefícios Fiscais | Medidas anticíclicas e de combate à crise. Manuel Faustino, BANCO DE PORTUGAL

16h00 INTERVALO PARA CAFÉ

16h15 Adaptação dos Normativos Fiscais às Normas Internacionais de Contabilidade. A perspectiva da Entidade Reguladora | Teresa Casado, ISP. A perspectiva da Administração Fiscal | João Pedro Santos, CENTRO DE ESTUDOS FISCAIS. A perspectiva das Seguradoras | Carlos Westermann, FIDELIDADE MUNDIAL E IMPERIO BONANÇA

17h15 Imposto do Selo e Procedimento e Processo Tributário. António Lima Guerreiro, DOCI

17h45 2009 em Debate | Mesa Redonda sobre a perspectiva da indústria seguradora e das gestoras de fundos e patrimónios. MODERADORA: Filomena Salgado Oliveira. Representante do Instituto de Seguros de Portugal: Fernando Coelho, APFIPP. Representante da APS - Associação Portuguesa de Seguradores

18h30 COCKTAIL

Faça a sua inscrição em www.fsoconsultores.pt. Para mais informações consulte o site da FSO Consultores ou contacte Elisabete Pacheco - Tel. 21 316 31 40 ou e-mail fso.consultores@fso.pt

PREÇO POR PARTICIPANTE	CLIENTES FSO CONSULTORES: 350,00 € + IVA	OUTROS PARTICIPANTES*: 400,00 € + IVA
------------------------	--	---

* No caso de a mesma entidade proceder a 2 ou mais inscrições, o preço por participante corresponde ao de cliente FSO Consultores








