

A Importância da Comunicação na Logística: As Técnicas Comunicacionais e a Linguagem no Contexto Empresarial

Dayne M. Ribeiro Santana¹, Cláudia Luiza Marques²

1. Graduanda do curso Superior em Tecnologia de Logística; IFB, *daynemarkia.20@gmail.com

2. Pesquisadora orientadora, IFB, Brasília/DF

Palavras Chave: *Comunicação, Logística, Linguagem..*

Introdução

Logística é deixar os clientes satisfeitos por ter seus produtos na hora e local desejados. É conhecida como uma parte importante dentro das empresas, sendo responsável pela gestão de materiais, planejamento, produção, estocagem e distribuição dos produtos. Já a comunicação pode e deve ser utilizada para estimular, motivar e melhorar a imagem da empresa, mas sua prioridade nas organizações é solucionar problemas, gerar e facilitar a compreensão entre pessoas com diferentes pontos de vista. Desse modo com a demanda crescente por uma comunicação mais interativa com o público da empresa, aumenta-se a pressão sobre os executivos para que melhorem os processos de comunicação interna e externa. Levando em consideração o significado e o conceito de Logística, entende-se que as técnicas de comunicação dentro de uma empresa são muito importantes, pois é preciso saber o que está fazendo e para que se faz havendo um canal comunicativo para que tudo funcione corretamente. Dessa forma, o presente trabalho, em andamento, tem como objetivo verificar a importância de se estabelecer um canal de comunicação ativo e dinâmico no sentido de promover melhorias nos processos logísticos das empresas.

Resultados e Discussão

Dentre as atividades e técnicas de pesquisa, foi realizada uma revisão bibliográfica como ponto de partida, seguida de uma coleta de informações através da aplicação de questionários em empresas situadas no Distrito Federal e entorno. A metodologia para desenvolvimento da pesquisa teve abordagem qualitativa. Partindo dos questionários aplicados, está sendo feito um levantamento de aspectos importantes relacionados ao tema. Participam desta pesquisa empresários; funcionários, gerentes e coordenadores das empresas selecionadas. As questões estão sendo analisadas de acordo com os participantes que retornam os questionários devidamente respondidos. Para referendar as respostas obtidas nos questionários, estão sendo feitas visitas a algumas empresas a fim de se observarem as técnicas utilizadas como meios comunicativos. Como a pesquisa está em andamento, não houve, ainda, a análise de todos os dados coletados. Espera-se que, a partir destes, haja uma quantidade significativa de informações que poderão identificar se há interação comunicacional entre os setores das empresas e entre estas com o contexto externo, no qual estão inseridas. E a partir dessas informações, propor melhorias nos canais de comunicação e no uso da linguagem dentro das empresas de forma a organizar e dinamizar seus processos logísticos.

Considerações finais

O presente estudo está em andamento e, embora já se tenha um número efetivo de respondentes, não foi possível a conclusão da pesquisa, uma vez que em paralelo aos questionários estão sendo feitas as visitas às empresas participantes deste estudo. Espera-se confrontar as observações realizadas nas visitas com as respostas obtidas. A partir desse comparativo, haverá a real possibilidade de se diagnosticar o processo comunicacional entre as organizações logísticas e, se for o caso, ter condições de se propor intervenções nos canais e técnicas de comunicação utilizados nas empresas investigadas.

Agradecimentos

Instituto Federal de Brasília (IFB)
Cnpq

Referências

- BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri: Manole, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos: Fundamentos Básicos**. São Paulo: Atlas 1999
- _____. **Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas, 1998
- _____. **Recursos Humanos: O capital Humano das Organizações**. 8°.ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- DRUCKER, Peter. **Administração em tempos de grandes mudanças**. São Paulo: Pioneira, 1999.
- GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas**. São Paulo: Atlas, 2001
- KUNSCH, Margarida. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4.ed. São Paulo: Summus, 2003.
- _____. **Relações Públicas e Modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1997.
- NONAKA, Ikujiro e TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- PORTER, M. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Tradução de Elizabeth M. P. Braga. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.
- PORTER, M. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- REGO, Gaudêncio Torquato. **Comunicação Empresarial. Comunicação Institucional: Conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.p.179
- SILVA, Carlos Alberto Lorga. **Problemas de Comunicação na Empresa**. Lisboa: Universidade Técnica Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, 1983, p.256