**A IMPORTÂNCIA DA COMUNICACÃO INTERNA NA ORGANIZAÇÃO**

SHEILA APARECIDA FRANÇA¹

FÁTIMA YUKARI AKIYOSHI FRANÇA²

[sheila2608franca@hotmail.com](mailto:sheila2608franca@hotmail.com)

1Graduanda do curso de Administração pelo UNICERP- 2020- Patrocínio-MG – Brasil;2 Mestre em Teoria Literária pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Docente no Centro Universitário do Cerrado Patrocínio- UNICERP – Patrocínio-MG – Brasil.

**Introdução:** Durante muitos anos a comunicação interna foi definida como aquela direcionada para o público interno (diretoria, gerência e funcionários) com o intuito de informar e integrar todos no objetivo da organização. Comunicação é o que conduz as ações das pessoas, comunicar é partilhar, repartir, trocar, é importante no momento da comunicação que tenha o tema definido e o resultado que se quer obter, pois, ressalta-se que quando as pessoas se comunicam deve haver um diálogo ou uma garantia de que a mensagem transmitida foi recebida corretamente. As pessoas confundem comunicar com informar, pois, informar é apenas transmitir a informação, sem saber se a mensagem foi recebida da maneira correta. **Objetivo:** Este trabalho tem como objetivo compreender a importância da comunicação interna organizacional e demonstrar como a falta de comunicação interna impacta na motivação, produtividade, desempenho, resultados e até na qualidade de vida dos colaboradores. **Metodologia:** Este trabalho foi realizado mediante uma pesquisa de campo, o qual foi aplicado um questionário com 10 questões para uma amostra de 30% percentual da população geral de 181 dos funcionários de uma empresa de grande porte na região de Patrocínio-MG foi realizado um estudo bibliográfico por meio de artigos, livros, para que esse trabalho pudesse ser complementado. **Resultados:** A pesquisa se encontra em andamento até o presente momento, porém nas circunstâncias, nota-se que a grande maioria dos funcionários estão insatisfeitos ou muito insatisfeitos com a comunicação interna na organização, não se sentem valorizados ou motivados. **Conclusão:** Conclui-se que a comunicação é vital para qualquer relacionamento, portanto, as organizações devem desenvolver uma comunicação estratégica, buscando um diferencial nesse mundo competitivo, pois, é necessário cuidar, incentivar e motivar o seu ativo e capital intelectual, o colaborador que se sente importante, sente fazer parte da organização, dessa forma, trabalha melhor, mais feliz e traz mais resultados para a organização.

**Palavras-chave:** Comunicação. Motivação. Produtividade.