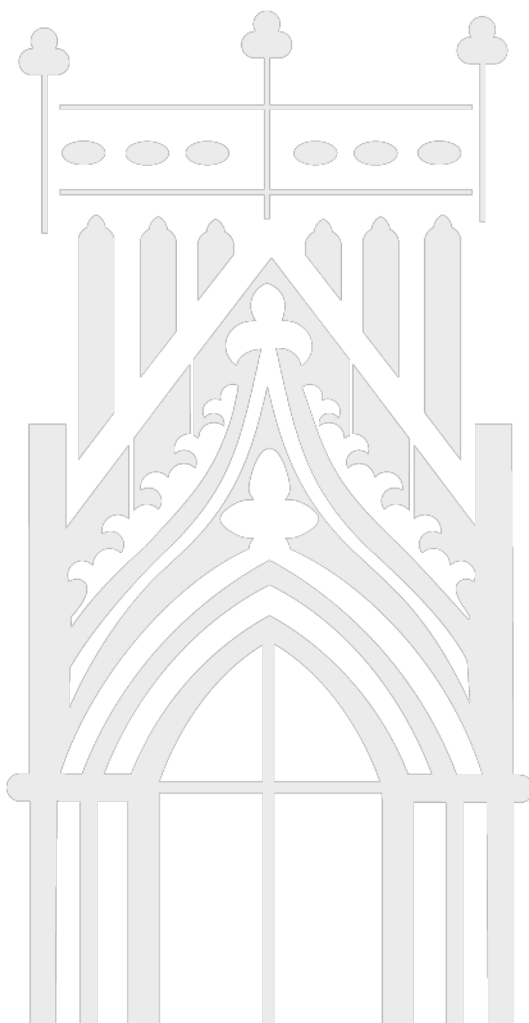


Mestrado em Marketing e Comunicação
Comunicação

Comunicação Organizacional

Sara Marlene Moreira da Cunha Castro

junho | 2020



Escola Superior
de Tecnologia e Gestão



Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Instituto Politécnico da Guarda

**RELATÓRIO PARA OBTENÇÃO DE GRAU DE
MESTRE
EM
MARKETING E COMUNICAÇÃO**

Junho 2020

Agradecimentos

Vim para a Guarda há quase duas décadas para estudar no Instituto Politécnico da Guarda. Depois da Licenciatura em Comunicação e Relações Económicas e de ter tido a sorte de trabalhar sempre na área, achei por bem acrescentar mais umas linhas de conhecimento a este percurso ao inscrever-me no Mestrado em Marketing e Comunicação. Na primeira incursão no IPG vim à descoberta, na segunda voltei a casa.

O presente relatório resulta da contribuição de um conjunto de pessoas que de forma direta ou indireta, a nível pessoal ou académico, me permitiram chegar até aqui.

Começo por agradecer ao Professor Carlos Canelas, orientador deste relatório e Professor de várias unidades curriculares, onde fui buscar muitas das bases do trabalho desenvolvido ao longo dos anos. Começo por lhe agradecer, precisamente, pela dedicação sem par e pela orientação rígida, é certo, com que sempre me brindou. A mim e a centenas de alunos, exigindo sempre que dessemos o nosso melhor.

Neste mestrado em Marketing e Comunicação tive ainda o privilégio de ter como docente a Professora Teresa Felgueira, detentora de um vasto conhecimento, profissional dedicada que alargou significativamente os meus horizontes e com quem foi um prazer aprender. E na sua pessoa agradecer ainda a todos os professores que contribuíram para o desenrolar do meu percurso académico e consequente integração e permanência no mercado de trabalho.

Quero agradecer à COFICAB a oportunidade de contribuir para a criação de um novo departamento. Agradecer a todos os colegas a receção e integração com que me brindaram, especialmente à equipa dos Recursos Humanos: Amélia Paulino, Augusto Lenine, Carina Martinho, Cedric Pires, Inês Coelho, Pedro Santos e o Tiago Santos.

Por fim, agradeço à minha família a quem voltei a roubar horas livres e fins-de-semana, na ânsia de superar mais um desafio.

“Good, better, best. Never let it rest. 'Til your good is better and your better is best.”

St. Jerome

Resumo

A COFICAB Portugal (COF PT) é uma das unidades do grupo COFICAB que se dedica produção de fios e cabos elétricos para a indústria automóvel. A empresa, fundada em 1992, na Tunísia, deu o seu primeiro passo rumo à internacionalização com a instalação de uma unidade de produção, na cidade da Guarda, em 1993.

Nos dias que correm, a Comunicação é reconhecida como uma ferramenta estratégica no ambiente empresarial, afirmando-se como um importante pilar na articulação e funcionamento desta. Se outrora os esforços comunicacionais eram essencialmente voltados para fora na ânsia de criar uma imagem favorável junto do público externo, atualmente estes esforços ganham igual ou redobrada importância em relação ao público interno da empresa.

Até 2016, o Grupo COFICAB não tinha Departamento de Comunicação, os esforços comunicacionais eram partilhados por todos os departamentos conforme as necessidades detetadas. Foi a partir desse ano que se começou a estruturar o Departamento Corporativo de Comunicação, que hoje em dia tem elementos a trabalhar, em conjunto, a partir das várias unidades do grupo para dar resposta aos mais diversos desafios. Num projeto que visa uniformizar os procedimentos e processos a nível da Comunicação interna e externa da COFICAB, bem como adaptá-los à luz dos desafios do século XXI.

Uma vez que grande parte da gestão da Comunicação interna, em Portugal, sempre foi feita pelos Recursos Humanos, o estágio, na área da Comunicação organizacional, ficou alocado a este departamento e decorreu entre outubro de 2018 e janeiro de 2019. Período durante o qual pude contribuir para o desenvolvimento de ações no âmbito da Comunicação institucional, mercadológica, administrativa e interna, considerando sempre a importância da integração das ferramentas e processos.

O presente relatório faz um enquadramento bibliográfico da temática da Comunicação organizacional, seguido de um diagnóstico das ferramentas existentes, avaliação do seu grau de eficácia, e adaptação e integração à luz da linha comunicacional que tem vindo a ser desenvolvida pelo grupo. Após esta análise, fundamental para o conhecimento da realidade COFICAB, a nível de Comunicação, foi criado um documento orientativo para a utilização integrada do vídeo como ferramenta de Comunicação interna, por parte

dos colaboradores do Departamento de Comunicação espalhados pelas várias unidades do grupo.

Palavras-chave: organização; comunicação interna; marca: integração; vídeo;

Abstract

COFICAB Portugal (COF PT) is one of the units of the COFICAB Group dedicated to the production of electrical wires and cables for the automotive industry. The company, founded in 1992 in Tunisia, took its first step towards internationalization with the installation of a production unit in the city of Guarda, in 1993.

Nowadays, Communication is recognized as a strategic tool in the business environment, asserting itself as an important pillar in its articulation and functioning. If, in the past, communication efforts were primarily outward-looking to create a favorable image with the external public, today, these efforts gain greater importance concerning the company's internal audience.

Until 2016, the COFICAB Group did not have a Communication Department, and communication efforts were shared by the departments according to the needs detected. It was from that year that the Corporate Communication Department started to structure, having elements today, from the various units of the Group, to respond to the most diverse challenges. This project aims to standardize the procedures and processes concerning COFICAB's Internal and External Communication, as well as to adapt them to the 21st century's challenges.

Since most of the management of Internal Communication, in Portugal, was carried out by Human Resources, the internship, in the area of Organizational Communication, was allocated to this department and ran between October 2018 and January 2019. During this period, the intern had the opportunity to contribute to the development of actions within the scope of institutional, marketing, administrative, and internal Communication, always considering the importance of integration in tools and processes.

This report provides a theoretical framework regarding Organizational Communication, followed by a diagnosis of the existing tools, evaluation of their degree of effectiveness, and adaptation in the light of the communication line that has been developed by the Group.

After this analysis, fundamental to the knowledge of the COFICAB reality, at communication level, a guiding document for the integrated use of video as an Internal Communication tool was created aimed for Communication Department's collaborators.

Keywords: organization; internal communication; brand: integration; video;