

Segunda edição do levantamento realizado pela instituição foi apresentada durante o 2º Congresso de Comunicação Empresarial Aberje Rio Grande do Sul

Com o objetivo de refinar o mapeamento da Comunicação Corporativa no Rio Grande do Sul, realizado pela primeira vez em 2013, pelo Curso de Jornalismo e pelos alunos da Empresa Jr da ESPM-Sul, foi realizada a segunda edição do projeto Cenários da Comunicação Corporativa. A divulgação do levantamento ocorreu em primeira mão aos participantes do 2º Congresso de Comunicação Empresarial Aberje Rio Grande do Sul, nesta sexta-feira, 31 de outubro, na instituição.

Como principal objetivo da pesquisa, manteve-se a proposta de mapear e analisar como a comunicação corporativa se estrutura nas empresas gaúchas, buscando entender a visão e os objetivos estratégicos das empresas com esse setor. A amostra foi selecionada a partir do ranking das 500 maiores empresas do Sul do Brasil (Revista Amanhã, 2014). Do levantamento publicado pelo periódico, 202 empresas gaúchas foram selecionadas pelos pesquisadores. Desse total, representantes de 103 empresas responderam ao questionário, representando 51% da amostra. Na edição de 2013 do levantamento, 73 empresas responderam à pesquisa.

Entre as empresas gaúchas entrevistadas, 12,5% representam o comércio, 58,7%, a indústria e 28,9%, o segmento de serviços. Dessas, 75% consideram as atividades de comunicação como importantes e muito importantes para o desempenho das suas atividades, e 72% afirmaram que a Comunicação Corporativa está presente na cadeia decisória do negócio. Quando questionados sobre a importância do setor nesse processo, a maioria (51%) considera muito importante ou importante, enquanto 29% acreditam ser indiferente. Ao relacionar a Comunicação ao posicionamento estratégico das empresas, 64% dos entrevistados consideram muito importante ou importante a presença da área, 19% acreditam ser indiferente, 5% pouco importante e 4% não importante.

Sobre a posição do setor de Comunicação na estrutura organizacional das empresas gaúchas, de acordo com a pesquisa da ESPM-Sul, 26% está relacionada diretamente a alguma diretoria, 25% à presidência e 21,2% à gerência. Na maioria das empresas (37,5%), a área está dentro do setor de Marketing. Em apenas 4,8%, a área é denominada como Comunicação Corporativa, e em 10,6% das entrevistadas não existe a área de Comunicação. Na maioria das empresas gaúchas ouvidas, as equipes são compostas por até cinco funcionários (58,7%). Nas demais, 17,3% possuem entre seis e 10 profissionais, e 16,4%, mais de 10.

No que se refere ao valor médio anual de investimento pelas empresas, no levantamento feito no Estado pela instituição, 8% das 103 empresas não responderam por não ter área específica de Comunicação e 20% não souberam responder. Das demais entrevistadas, 18% investem mais de R\$ 2 milhões, e 55% das empresas investem até este valor (14% entre R\$ 1 milhão e R\$ 2 milhões, 14% entre R\$ 500 mil e R\$ 1 milhão e 26%, menos de R\$ 500 mil).

A segunda edição do projeto Cenários da Comunicação Corporativa foi realizada pelos estudantes Everton dos Santos, João Adolfo Zimmermann, Luiza Passow e Mariana Alves, consultores da Empresa Jr. da ESPM-Sul, coordenada por Guilherme Feltraco, gestor do

projeto, e orientada pelas professoras Liliane Rohde e Rosângela Florczak.