



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Natura

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

NATURA

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

BRENA RODRIGUES MARQUES, RA 1012020100674
CESAR AUGUSTO MACEDO, RA 1012020100414
DAMARIS G.D. QUIOQUETI, RA 1012020100464
JOSÉ A. DOS SANTOS JUNIOR, RA 1012020100793
SIRLEI PASSONI CANELA, RA 1012020100726

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	3
3. PROJETO INTEGRADO	4
3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	4
3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE	5
3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA	9
3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL	10
4. CONCLUSÃO	13

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como finalidade mostrar a importância da comunicação em um ambiente de trabalho, seja ela oral ou escrita, tentaremos mostrar uma boa comunicação entre equipes, membros de equipes ou superiores, torna melhor o desempenho total da empresa ou a convivência entre membros da equipe, usaremos a empresa natura com exemplo.

Natura acredita que os relacionamentos são base para vida e buscar o aperfeiçoamento com a organização e seus indivíduos, e nesse pensamento buscar manter a qualidade das relações. Tendo como visão e missão ancoradas nesse princípio, a marca tem por objetivo ser conhecido mundialmente por seu bom relacionamento em geral e comércio de produtos de qualidade que pretendem ajudar o consumidor a ter um bom relacionamento consigo mesmo. A empresa procura sempre manter um processo dinâmico e constante de comunicação em diversas áreas e se empenha para tentar expressar e transmitir as informações, conhecimento, ideias, emoções, planos, objetivos de forma clara e transparente.

É compromisso da empresa garantir o alinhamento e comprometimento de todos nos desafios do trabalho e manter um relacionamento transparente entre a empresa, colaboradores, clientes e fornecedores, e assim evitar o retrabalho e disseminação do conhecimento.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Natura Cosméticos S/A é sócio, administrador ou dono da empresa Natura (Industria e Comercio de Cosmeticos Natura Ltda).

CNPJ: 00.190.373/0001-72

Razão social: Industria e Comercio de Cosmeticos Natura Ltda

Nome fantasia: Natura.

Endereço: V De Acesso Km 30,5, S/N, Prédio C

Itaim Empresarial, Cajamar,

SP, CEP 07790-190, Brasil

Capital social: R\$526.154.869,00 (Quinhentos e vinte e seis milhões, cento e cinquenta e quatro mil e oitocentos e sessenta e nove reais).

Atividade econômica: Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal (2063100).

Natureza jurídica: Sociedade Empresária Limitada (2062).

Data de abertura: 5/9/1994

Telefone de contato: (11) 4389-7317

E-mail: fiscal@natura.net

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

A Natura e a FAPESP acabam de lançar o Centro de Pesquisa Aplicada em Bem-Estar e Comportamento Humano. Já em funcionamento e sediado no Instituto de Psicologia da USP (IPUSP), em São Paulo, o Centro é formado por uma rede de 30 pesquisadores das áreas de psicologia e neurociências da Universidade de São Paulo (USP), da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) e da Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM).

A iniciativa se destaca pelo seu ineditismo no cenário nacional e internacional ao unir ciência de ponta, aplicação, inovação e o desejo de geração de impactos positivos na sociedade através do entendimento do bem-estar, por meio do trabalho conjunto entre a iniciativa privada e uma rede de parceiros dos meios acadêmicos, governamentais e outros. O Centro é o primeiro na área de Humanidades criado a partir de um modelo de financiamento compartilhado entre uma empresa privada e uma agência pública de apoio à pesquisa.

Com o Centro, criamos intersecções com as ciências humanas e sociais aplicadas, gerando novas oportunidades de pesquisa inovadora nesse campo. O Centro concilia dois pilares: o da psicologia (com ênfase na psicologia positiva e sua noção de bem-estar, incluindo as condições objetivas de vida, saúde, alimentação, habitação) e o da neurociência.

Os resultados desses projetos poderão fornecer insights, conceitos e metodologias para a geração de produtos e serviços inovadores, que agreguem mais valor ao que a Natura oferece. O centro reforça nosso desejo de entender as relações e emoções humanas de modo a desenvolver produtos e experiências que toquem nossos consumidores.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

Pra ter um trabalho em equipe é fundamental ter o papel do líder, ele precisa fornecer o norte, tem que dá direção, ele deve inspirar as pessoas, inspirar sua equipe.

Pra ser líder a primeira coisa é gostar de gente e estar disponível para ouvir sua equipe e ouvir genuinamente (ouvir considerando o que está sendo falado), na liderança e muito importante elogiar e reconhecer as pessoas, as pessoas estão carente por reconhecimento e o reconhecimento e muito bem vindo, o líder tem que estar sempre pronto pra ensinar, só e promovível quem for substituível, portanto o líder tem que se preocupar em formar sucessos para sua posição, só assim vai estar apto para outras demandas.

Outra coisa fundamental pra ter um trabalho em equipe e a celebração, celebrar junto é uma maneira demonstrar que cada um fez o seu papel e que o resultado foi alcançado

com a ajuda de todos. Dessa forma, promove-se o reconhecimento mútuo, aumenta-se o senso de pertença ao grupo e há a demonstração pública de que cada um tem um importante papel na sua função.

“ O trabalho em equipe na empresa natura é construir um ambiente de trabalho estimulante e criativo, no qual as pessoas se sintam respeitadas em sua individualidade, reconhecidas por suas contribuições, estimuladas a aceitarem desafios e buscar o novo é um exercício diário que envolve todos nós.

Temos o desafio permanente de construir e cultivar relações éticas e transparentes e criar um ambiente seguro e saudável, onde o dinamismo, o prazer, a confiança e a cooperação estejam sempre presentes. Com o compromisso de todos, com a vivência dos nossos princípios, aperfeiçoarmos nossas relações e o nosso modo de trabalhar e viveremos mais felizes.”

Nossos Princípios

- Estabelecemos diálogo aberto e honesto com nossos gestores, com nossas equipes e nossos pares.
- Estimulamos a diversidade em nosso quadro de colaboradores e respeitamos a individualidade. Garantimos oportunidades iguais e tratamento justo para todos.
- Valorizamos o trabalho em equipe, reconhecendo e recompensando a contribuição de cada um com base no cumprimento de metas e competências. Buscamos ter sistemas de remuneração que permitam uma justa distribuição de resultados da empresa.
- Buscamos a capacitação individual das nossas equipes para o pleno exercício de nossas funções. Valorizamos e disseminamos a importância da educação continuada como meio de transformação do indivíduo, das famílias, das empresas e de toda a sociedade.
- Atuamos em conformidade com as políticas, normas e procedimentos da nossa organização e agimos proativamente para aperfeiçoar esse conjunto de diretrizes. Respeitamos a confidencialidade das informações pessoais de cada colaborador e o seu direito de privacidade.

- Não violamos correspondências ou comunicações, sejam elas eletrônicas, pessoais ou telefônicas, salvo casos aprovados pelo Comitê de Ética, referentes à apuração judicial ou investigação de denúncia.
- Informamos o que se espera de cada membro de nossas equipes e buscamos saber o que se espera de nós. Damos transparência aos critérios utilizados na avaliação das atividades e procuramos saber como nosso trabalho é avaliado.
- Não adotamos condutas abusivas, inoportunas ou ofensivas no ambiente de trabalho, sejam elas verbais, físicas ou gestuais. O assédio sexual e moral são comportamentos inaceitáveis. Nem nós nem as pessoas do nosso círculo de relacionamento nos beneficiamos do vínculo com a Natureza para a obtenção de vantagens pessoais.
- Agimos com integridade e bom senso no oferecimento e recebimento de presentes ou benefícios, para preservar nossa autonomia e não estabelecer vínculos inadequados a uma relação profissional.
- Temos o compromisso com a busca permanente da qualidade de vida, considerando a realização profissional, a integração social e familiar, a boa saúde física e mental. Todos nós somos responsáveis por essa conquista.

Os princípios básicos somados aos específicos representam uma ferramenta prática e detalhada, que pode subsidiar a tomada de decisões no dia a dia e apoiar o aperfeiçoamento das nossas relações.

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

As causas das dificuldades de se trabalhar em equipe dependem do contexto de cada realidade.

Há alguns fatores que são mais comuns e com muita frequência, são vistos problemas com raízes no individualismo. Além disso, indivíduos que têm baixa tolerância à frustração costumam não conseguir trabalhar em equipe.

Outro problema bastante encontrado é a má gestão da empresa sob as relações interpessoais que ocorrem durante as atividades em equipe.

Muitas organizações não entendem a importância de se manterem atentas aos comportamentos de seus membros e como as atitudes desses podem afetar toda a produtividade da empresa.

O individualismo é uma característica que tem crescido no mundo atual , e sendo assim as pessoas estão cada vez mais condicionados a não compartilhar experiências e por isso aumenta os conflitos no trabalho em equipe.

Em relação a empresa NATURA:

Construir um ambiente de trabalho estimulante e criativo, no qual as pessoas se sintam respeitadas em sua individualidade, reconhecidas por suas contribuições, estimuladas a aceitarem desafios e buscar o novo é um exercício diário que envolve todos nós . Temos o desafio permanente de construir e cultivar relações éticas e transparentes e criar um ambiente seguro e saudável, onde o dinamismo, o prazer, a confiança e a cooperação estejam sempre presentes.

Estabelecemos diálogo aberto e honesto com nossos gestores, com nossas equipes e nossos pares.

Valorizamos o trabalho em equipe, reconhecendo e recompensando a contribuição de cada um com base no cumprimento de metas e competências.

Buscamos a capacitação individual e das nossas equipes para o pleno exercício de nossas funções.

Sendo assim com base nessas informações tiramos a conclusão que existem sim várias dificuldades em um trabalho em equipe, porém quando a empresa é estruturada e fornece o suporte necessário a seus colaboradores, torna o ambiente mais agradável e com menos probabilidade de atrito entre seus funcionários. E dessa maneira acontece em nosso dia dia, quando temos uma equipe em que todos tenham o mesmo intuito, que um respeita a opinião do outro, que um entende o tempo do outro, e existe uma boa relação entre todos, há uma grande chance da equipe obter sucesso.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

Como afirma Araújo, Rodolfo:

Integrar uma visão inspiradora, transformá-la em uma cultura viva dentro e fora da empresa para, posteriormente, moldar uma atmosfera de confiança e percepção de valor é um processo que sintetiza o principal desafio na gestão de marcas. As pesquisadoras Majken Schultz e Mary Jo Hatch, afirmam que a força de uma corporação reside na coesão entre uma visão estratégica, uma cultura organizacional alinhada neste conjunto de significados e as imagens criadas juntos aos públicos.

Sendo assim, se há uma diferença entre o propósito e a cultura, por exemplo, significa que este conteúdo não foi absorvido e firmado na maneira devida; por outro lado, o propósito pode mostrar um afastamento em relação aos públicos quanto a sua expectativa e noções de grande importância. Por fim, déficit entre percepção dos stakeholders e a cultura organizacional mostra um nível insuficiente no diálogo entre os agentes internos e externos da empresa.

Um comportamento empresarial como o da Natura consegue, em considerável medida articular três dimensões definidas pelas pesquisadoras. Primeiro, se portar num mesmo nível junto ao público interno por meio de capacitações, comunicações frequentes dos conteúdos da marca - e, inclusive, por dedicar uma área destinada a sua gestão. Em segundo lugar, a preocupação em divulgar os significados reais da marca junto aos públicos externos por meio dos seus produtos, canais e postura institucional mostram a prioridade de criar uma comunidade maior. Neste quesito, as atitudes fundamentam os conteúdos da marca para a prática em diversos pontos de contato. E por fim, a conexão entre a cultura organizacional e os stakeholders demonstra a maneira pela qual se cumpre a ética da empresa junto aos seus públicos. Neste sentido, a NATURA lança mão de sua linguagem de negócios para valorizar o aspecto relacional, presente tanto na sua forma de comunicar como no contato entre consultoras e clientes, conexões junto a fornecedores, ONGS, governo, comunidades do entorno, entre outros influenciadores relevantes para companhia.

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

A Comunicação escrita é a conversa entre pessoas que estão longe ,através de livros, mídias impressas, online e plataformas digitais são muito importante para uma empresa e também aplicada ao nosso dia a dia, a comunicação escrita está presente em uma empresa para trazer à todos funcionários clareza e transparência nas informações sobre qualquer novidade, informação e esclarecimento. Segue alguns exemplos de comunicação escrita :

- Avisos com informações de interesse de todos funcionários ;
- Manuais com regras de conduta e vestuário que todos devem seguir;
- E-mails trocados entre colaboradores;
- Relatórios para andamento do serviço de cada setor ;
- Lista de tarefas a serem executadas e cumpridas e lista de compra de materiais;
- Quadro de Avisos;

A empresa Natura sempre mantém um processo dinâmico e constante de comunicação em diversas áreas, e está empenhada em transmitir e expressar informações, conhecimentos, ideias, emoções, planos, objetivos e resultados de forma clara e transparente.

É compromisso da empresa garantir o alinhamento e comprometimento de todos em relação aos desafios do trabalho, manter um nível de relacionamento positivo e transparente entre a empresa e seus colaboradores, clientes e fornecedores, evitar o retrabalho e garantir a disseminação do conhecimento.

Os meio de comunicação escrita que a empresa Natura utiliza são : O Jornal Ser Natura Colaborador, mensal, com edições especiais, a intranet atualizada semanalmente, agilizando o relacionamento, quadro de avisos, mural de informações para os colaboradores.

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

A comunicação oral é a interação entre duas ou mais pessoas utilizando a voz, a comunicação formal e a comunicação informal em uma empresa desempenha um papel importante para atingir os objetivos organizacionais.

A comunicação oral formal pode ser definida de acordo com seu fluxo como vertical descendente e como horizontal ascendente.

A comunicação vertical descendente é a comunicação que se retrata ao fluxo de informação dos níveis mais altos para os mais baixos na hierarquia de uma empresa.

A comunicação horizontal ascendente é a comunicação dos níveis de baixo para cima, essa comunicação obtém um maior senso de participação na empresa, mais comprometimento e foco no trabalho

A comunicação informal é a comunicação que se surge através de boatos e rumores conhecido como fofocas sobre informações importantes da empresa, e muita das vezes sigilosa isso pode ocorrer e comprometer a comunicação da empresa e deixar os colaboradores com insegurança e medos que pode atrapalhar a produção e todo o processo da empresa.

Alguns conceitos de como conduzir uma reunião e como participar de uma reunião que faz parte da comunicação oral de uma empresa.

Como conduzir uma reunião:

- Controle do tempo da reunião;
- Transmitir instruções;
- Ouvir os participantes;
- Antecipe a Pauta da Reunião;

Como participar de uma reunião:

- Conheça a cultura da empresa;
- Se prepare;

-Mostre seu potencial;

-Continuar se envolvendo após a reunião;

A empresa Natura ela ressalta que o valor da informação e a comunicação tem grande importância para alcançar seus objetivos e metas juntamente com seus colaboradores, clientes e fornecedores.

A comunicação que a empresa utiliza é a forma vertical descendente que as informações vem da alta gestão, trazendo uma integração de todos os funcionários para o atingimento de metas e objetivos, trazendo melhorias e eliminando o retrabalho.

A empresa Natura presa que seus colaboradores sejam bem informados e incentivados a opinar, sugerir, encontrar soluções isso ocorre através dos Encontros com a Presidência a cada 2 meses que tem por foco troca de ideias, questões gerais de trabalho e operações para alcançar metas e objetivos comprovando um bom diálogo entre a organização e seus funcionários.

Com base nas informações que obtivemos outras reuniões são executadas a partir das necessidades da empresa.

4. CONCLUSÃO

Concluimos que a natura trabalha para produzir um ambiente criativo e estimulante, respeitando a individualidade de seus colaboradores estabelecendo diálogos abertos entre todos, valorizando o trabalho em equipe reconhecendo e recompensando o trabalho de cada um. A grande dificuldade em conseguir um ambiente de trabalho agradável a todos se dá às diferenças individuais em cada indivíduos. Para contornarmos isso temos que cultivar relações éticas estimulando um ambiente seguro e saudável onde o prazer e a confiança estejam sempre presentes.

REFERÊNCIAS

Trabalho em equipe - Informações Tiradas do site :

http://www2.natura.net/Web/Br/ForYou/HotSites/Principios/src/sobre_principios.asp

<https://www.infojobs.com.br/natura/avilacoes>

Comunicação e expressão - Informações Publicadas :

ARAÚJO, Rodolfo 08/09/2011 publicada no portal Com:Atitude, da Edelman Significa, e agora no Mundo do Marketing de acordo com a parceria que os dois portais mantêm. Com colaboração de Leticia Born <https://www.mundomarketing.com.br>

Eficácia na Comunicação Escrita - Informações tiradas do site:

http://www2.natura.net/Web/Br/Inst/HResources/rh_gestao_comunicacao.asp

<https://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching-carreira/tipos-exemplos-comunicacao-nao-verbal/>

Eficácia na Comunicação Escrita - Informações Publicadas

COSTA, Hortensia Ferreira Azeredo. A Importância da Comunicação Interna nas Organizações Contemporâneas: O caso da Natura Cosméticos. Rio de Janeiro, 2010

Eficácia na Comunicação Escrita na Comunicação Oral - Informações tiradas do site :

<https://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching-carreira/tipos-exemplos-comunicacao-nao-verbal/>

<https://comunicareinformar.blogs.sapo.pt/1625.html>

<https://www.gigaconteudo.com/comunicacao-horizontal-e-vertical>

<http://www.priscylacaldas.com.br/comunicacao-formal-e-informal/>

<https://atitudeenegocios.com/conduzir-uma-reuniao-productiva/>

<https://www.siteware.com.br/gestao-estrategica/pensamento-estrategico-organizacoes/>

Dificuldades para se trabalhar em equipe , informações tiradas do site:

<https://caetreinamentos.com.br/blog/gestao-empresarial/dificuldades-no-trabalho-em-equipe/>

http://www2.natura.net/Web/Br/ForYou/HotSites/Principios/src/publico_interno.asp

Comportamento Humano nas organizações, informações tiradas do site:

<http://www.naturacampus.com.br/cs/naturacampus/post/2016-07/centro-bem-estar-perguntas-respostas>