



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

PROCESSOS GERENCIAIS E ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

PACK BAG EMBALAGENS

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

PROCESSOS GERENCIAIS E ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

PACK BAG EMBALAGENS

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

Elizmar Coelho Junior 1012018200032

Adriano da Silva Oliveira 1012018200022

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	6
3.1.2 O TRABALHO EM EQUIPE	9
3.1.3 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE	11
3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	13
3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA	13
4. CONCLUSÃO	21
5. REFERÊNCIAS	22
6. ANEXOS	24

1. INTRODUÇÃO

Esse projeto tem o propósito de analisar as comunicações entre as equipes no contexto organizacional, analisando bem como toda a estrutura de comunicação da empresa Pack Bag embalagens. As dificuldades no trabalho em equipe e como é possível atingir as metas propostas trabalhando o empenho de cada um e os diferentes perfis e a cultura das pessoas nesse contexto. Cada um tem uma forma de pensar e agir, uns têm mais facilidade para tal função, outros mais dificuldade. É preciso os gestores e líderes trabalharem esses pontos tão importantes para a harmonia empresarial. (PACK BAG,2020)

Quanto a comunicação entre os setores, ela é clara, demora para chegar ao seu objetivo ou acaba se perdendo por omissão ou falha nos processos. A busca constante da melhoria com quadros de gestão a vista e treinamentos na busca da união e o bom trabalho em conjunto com vista a um objetivo comum, alcançar resultados. (PACK BAG,2020)

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Constituída em Maio de 2011, na cidade de Casa Branca – SP, localizado na rodovia 215/340 KM 237 250 M bloco B, Estr. Ac. Rod. Sp-340 - Industrial, Casa Branca - SP, 13700-000, a qual permite uma fácil logística para todo o território Nacional e fácil acesso ao porto de Santos , a PACK BIG BAG DE EMBALAGENS LTDA, CNPJ 13.478.113/0001-49, iniciou suas atividades com a Capacidade produtiva de 5000 unidades mês, ao fim deste mesmo ano, a fábrica ampliou sua produção com a mudança para galpão maior, assim sua produção alavancou para 9000 unidades mês.(PACK BAG,2020)

Em 2012, as ampliações continuaram, foram adquiridas novos equipamentos para a otimização do processo produtivo, novos colaboradores contratados e treinados, e mais uma ampliação concretizada, neste mesmo período a capacidade produtiva estava estimada em 14 mil unidade mês. No início de 2013, a empresa investiu em novas contratações para o controle administrativo, e reestruturou o chão de fábrica, implantando controles de qualidade, para que os produtos fabricados sejam inspecionados durante o processo de fabricação, para assim garantir a qualidade de nossos produtos. Ainda em 2013, novos investimentos em equipamentos foram realizados, e mais uma vez a capacidade produtiva foi ampliada.(PACK BAG,2020)

Para o Ano de 2014 a agressividade no mercado foi marcante para a PACK BAG, pois buscando sempre atuar em mercado de Big bag especiais com produtos extremamente competitivos, atuando com qualidade em seus produtos, alcançou a marca de 35 mil unidades Mês, se consolidando em vários segmentos como empresa referência em fornecimento de Contentores flexíveis. Atuando na fabricação de contêiner flexível de polipropileno, popularmente conhecido como BIG BAG, produto utilizado em armazenagem, movimentação e transporte de diversos materiais em pó, grãos, e outros sólidos, com capacidade entre 100 kg a 2.000 kg.(PACK BAG,2020)

Atualmente a Pack Bag atua em diversos segmentos de mercado, tendo como principal qualidade o curto prazo de entrega muito bem alinhada com a ótima qualidade do produto.(PACK BAG,2020)

Com uma equipe a qual atua no mercado a mais de 10 anos consegue proporcionar a seus clientes os melhores resultados logísticos.

Devido ao grande conhecimento de mercado e a diversidade de segmentos a qual atua a PACK BAG possui know How para o desenvolvimento de novos produtos junto a seus clientes, atualmente este é o grande diferencial da PACK BAG sempre buscando otimizar ao máximo a logística de seus clientes, possuímos um departamento exclusivo para desenvolvimento buscando sempre a parceria com nossos clientes.(PACK BAG,2020)

Slogan: “**Agora você tem força.**”

Principais fornecedores de matéria-prima são Zaraplast, MultiFitas, Propex e Impacta. Concorrentes são Sanwey, Guru Bag, BonSucesso Textil e RG Embalagens. Clientes principais são: Boa safra, Rima, Nova Era, Liasa e Magnesita.(PACK BAG,2020)

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

Hoje as empresas que almejam destaque e crescimento, não estão mais se preocupando apenas com o patrimônio e seus ativos, mas buscam aperfeiçoar o seu capital intelectual. Pois, as grandes empresas chegam a essas posições porque investem em seus colaboradores que por sua vez, devem ser valorizados e tidos como ferramenta de sucesso e essencial para atingir seus objetivos e metas. Então é necessário ter a consciência do quão importante as pessoas são dentro de uma organização e para alcançar vantagens competitivas é necessário um novo meio de administrar o comportamento organizacional. Evidenciando o comportamento, todas os seres humanos são estudantes desse fator. Embora no dia a dia ninguém perceba que observam ações de outras pessoas e que muitas das vezes tentam interpretar o que veem ou até mesmo prever a ação dessas pessoas em determinadas circunstâncias (ROBBINS; JUDGE; SOBRAL, 2010).

O comportamento organizacional é um conjunto comum de conhecimentos que busca averiguar o impacto que indivíduos, grupos e a estrutura organizacional têm sobre o comportamento das pessoas dentro das organizações, com o propósito de utilizar esse conhecimento para melhorar a eficácia organizacional (ROBBINS et al., 2010).

Chiavenato (2014) evidencia que, o comportamento organizacional abrange áreas do conhecimento humano existentes nas organizações e em seu ambiente. Envolve a estrutura organizacional que são tidas como base para a tomada de decisões, depende das características do contexto ambiental do negócio da organização, dos processos internos, do capital intelectual envolvido, mas principalmente das características das pessoas que participam de cada organização. Assim, pode-se dizer que o comportamento

organizacional se ocupa do estudo de como as pessoas que compõem uma organização agem e de como esse comportamento afeta o desempenho seja de forma positiva ou negativa (ROBBINS et al., 2010). Desse modo, sabe-se que é através do comportamento organizacional que as pessoas que pretendem participar direta ou indiretamente das organizações, seja ela como membro, cliente, fornecedor, dirigente, investidor, consultor ou até mesmo admirador, precisam ter a ciência para poder fazer negócios, parcerias, desenvolver relacionamentos ou atividades com as organizações, então, é necessário ter o conhecimento de como são e como funcionam as organizações para que possam entender suas manifestações, características e, conseqüentemente seu sucesso ou fracasso (CHIAVENATO, 2014).

Porém as empresas são avaliadas no mundo financeiro dos negócios, por meio de indicadores contábeis e quantitativos que buscam explicar seus resultados financeiros e operações mercantis. Entretanto, é importante ressaltar que além disso, também é necessário conhecer profundamente a vida organizacional, pois o valor intrínseco de uma organização se dá principalmente por meio de seus ativos intangíveis, que constituem a riqueza da organização e proporcionam a base fundamental e dinâmica que leva diretamente para o sucesso organizacional. Esses ativos intangíveis são elementos fundamentais de inovação para lidar com o mercado competitivo e globalizado (CHIAVENATO, 2014).

Entretanto foi no passado que ficou a imagem daquele trabalhador que passava horas e horas trabalhando usando apenas a sua mão de obra em suas atividades, sem poder opinar e contribuir com sua inteligência para o crescimento da organização. Atualmente com a competitividade do mercado e a disputa pela atenção do consumidor, é necessário a qualificação e principalmente profissionais comprometidos com a empresa e que atuem estrategicamente visando o crescimento da organização. Assim o capital humano, por mais que seja composto de um conjunto de talentos, precisa trabalhar dentro de uma estrutura organizacional coesa e integrativa, de uma cultura organizacional agradável e envolvente e de um estilo de gestão que lhe

dê impulso e alavancagem, pois dessa forma com todos esses 16 elementos agindo de maneira harmônica o comportamento organizacional de uma empresa será item fundamental para um desempenho organizacional excepcional (CHIAVENATO, 2014). O comportamento organizacional é um campo de estudo voltado a prever, explicar, entender e modificar o comportamento humano no ambiente da empresa. Comportamentos esses observados ao falar em reuniões, ao usar equipamentos de produção e até mesmo redigir um relatório. Além de abordar também estados internos de pensamento, percepção e decisão (WAGNER; HOLLENBECK, 2010). O comportamento organizacional envolve a análise do comportamento das pessoas como um todo, ou seja, tanto como indivíduos quanto como membros de unidades superiores maiores. Avalia o comportamento desses grupos e organizações por si e enfatiza que nem os grupos e nem as organizações se comportam da mesma maneira que as pessoas. Assim, os eventos ocorridos dentro das empresas devem ser examinados de forma grupal ou organizacional já que esses comportamentos não podem ser explicados e tidos apenas como resultados de comportamentos individuais (WAGNER; HOLLENBECK, 2010).

3.1.1 A ORIGEM DOS ESTUDOS SOBRE O COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

A satisfação e o envolvimento com o trabalho são fatores importantes para a participação dos indivíduos. Porém é o setor de Recursos Humanos o responsável por planejar de que forma envolverá os funcionários e como eles se sentirão satisfeitos com a organização. De acordo com Wagner; Hollenbeck (2010), as primeiras pesquisas sobre o comportamento organizacional têm suas origens no fim dos anos de 1940, quando pesquisadores das áreas de psicologia, sociologia, ciência política, economia e outras ciências sociais se reuniram para desenvolver um corpo abrangente de conhecimentos organizacionais. Conforme seu desenvolvimento, o campo do comportamento organizacional produziu três áreas distintas: Comportamento microorganizacional, comportamento meso-organizacional e comportamento macro - organizacional. O comportamento micro-organizacional, tem o foco no

indivíduo ao trabalhar sozinho. A psicologia experimental forneceu as teorias sobre motivação, percepção, aprendizagem e estresse. A psicologia clínica contribuiu com os modelos de personalidade e de desenvolvimento humano. A psicologia industrial ofereceu teorias sobre seleção de colaboradores, atitudes no local de trabalho e avaliação de desempenho. Essas três áreas da psicologia foram as principais vertentes do comportamento micro-organizacional. O comportamento meso-organizacional, tem o foco na compreensão dos comportamentos das pessoas que trabalham em equipes e em grupos. Se desenvolveu a partir de pesquisas nos campos da comunicação, da psicologia social e da sociologia internacionalista, que forneceram teorias sobre os temas de socialização, liderança e dinâmica de grupo.

3.1.2 O TRABALHO EM EQUIPE

No ingresso das pessoas em uma organização estas podem exercer suas tarefas operacionais isoladamente ou em grupos nos setores ou departamentos. Cada qual porém, tende a justificar sua contratação e locação pelo seu desempenho, atendendo as necessidades da organização. No caso da saúde, os colaboradores são especialistas em sua área de atuação, porém a soma dos esforços deles, resultará na prevenção ou recuperação da saúde do cidadão. Desta forma as pessoas acabam por trabalhar em grupo para atender à missão do seu serviço, setor e instituição, bem como às necessidades dos cidadãos, sejam eles clientes internos ou externos. (ERNANDINA et. al, 1998)

Drucker diz que para se trabalhar com equipes é importante compreender os processos de organização, atravessamento e orientação do trabalho em equipe e para tanto se faz necessário o treinamento individual das pessoas no processo de abordagem diagnóstica e solução de problemas, bem como, nos processos de trabalho em grupo(ERNANDINA et. al, 1998)

Trabalho em Grupo e Trabalho em Equipe Para buscar respostas à questão de pesquisa, o referencial teórico traz os conceitos e os principais fatores relacionados ao trabalho em grupo e trabalho em equipe. A literatura sobre grupos e equipes é vasta e constituída de abordagens divergentes e complementares. Para fins deste estudo, destacam-se alguns aspectos que se configuram mais presentes nas diversas abordagens, em especial aquelas que se referem aos fatores impactantes dos resultados do trabalho realizado por equipes, tais como: liderança, identidade organizacional, diversidade, viver coletivo, comprometimento atitudinal e comportamental, comunicação, sinergia, diálogo, interdependência de tarefas, vínculo entre indivíduos e grupos, integração, senso de pertença, coesão de grupo, relacionamentos interpessoais dos gerentes com seus colaboradores e confiança (ROBBINS et.al 2008). O capítulo foi constituído de dois tópicos. O primeiro retrata o conceito de trabalho em grupo e trabalho em equipe e o segundo, os aspectos que impactam a atuação de grupos em equipes.

O trabalho em equipe como toda empresa tem seus pontos positivos e negativos. A produção é dividida em células onde cada uma produz um modelo de big bag. Cada colaborador produz de forma conjunta onde a falha de um compromete o bom desempenho do outro. Cabe ao líder enxergar e avaliar dentro da sua equipe o melhor posicionamento para alcançar os objetivos.(ROBBINS et.al 2008)

Como é uma empresa que depende de pessoas para alcançar seus objetivos é preciso motivá-los a trabalhar mesmo quando um deles necessita se ausentar por algum motivo que afaste esse do processo produtivo. Para colocar pessoas capacitadas e bem treinadas a empresa fez uma parceria com a prefeitura municipal de Casa Branca com uma escola de capacitação e treinamento que automaticamente coloca novos colaboradores para o processo de produção. (PACK BAG, 2020)

A Pack Bag possui dentro do seu quadro de bonificações recompensas para cada equipe que ultrapassa a meta proposta. É estipulado um valor para

cada produto pronto e dividido entre os colaboradores. Esse valor é pago todo final de mês como incentivo a produzir além do que é proposto. Com isso a empresa melhora sua produção e consegui puxar mais pedidos como uma corrente que beneficia ambas as partes. Temos também a participação dos lucros da empresa (PLR) que é paga anualmente seguindo certas regras de acordo com as faltas de cada um. (PACK BAG, 2020)

A empresa deixa em aberto aos colaboradores um espaço para sugestões de melhoria no processo produtivo ou críticas para se manter uma boa harmonia entre as duas partes.

3.1.3 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

Aspectos que impactam a atuação de grupos em equipes Saber liderar as equipes se faz imperativo para facilitar as decisões, promover a democratização e ampliar os níveis de motivação dos colaboradores, pois elas são capazes de melhorar o desempenho dos indivíduos quando a tarefa requer múltiplas habilidades, julgamentos e experiências” (ROBBINS, 2005, p. 212). Contudo, para Robbins (2005), equipes são raras ainda, embora os tentem essa denominação com frequência; grupos existem em todas as organizações. A importância da identidade organizacional, pois esta se configura da interação social, independentemente de ser individual ou coletiva, entre indivíduo e organização, numa relação de avaliação mútua. Por conseguinte, cabe destacar que equipe, para efeito deste estudo, será analisada a partir da qualidade dos relacionamentos e dos processos conforme preconizada pela visão complexa de mundo, em que há o desenvolvimento de processo de significados compartilhados, com evidência de diálogo, cooperação e senso de comunidade entre os participantes, funcionando como um time com um forte teor ético (TÔRRES, 2005).

Uma equipe de trabalho demanda múltiplas habilidades e conhecimentos advindos de pessoas diferentes entre si. Sob este aspecto,

Pereira e Hanashiro (2010) chamam atenção para a diversidade nas organizações e entendem que deve haver um esforço para desenvolvimento de programas ou modelos mais efetivos de gestão da diversidade. As referidas autoras conjecturam pela possibilidade do desenvolvimento de práticas de diversidade mais efetivas e menos homogeneizantes, reconhecendo as diferenças individuais e entendendo que a diversidade diz respeito à variedade de identidades sociais e culturais.

De forma semelhante, Jones e George (2008) destacam a crescente diversidade da força de trabalho, entendendo diversidade como dessemelhanças entre as pessoas, como idade, gênero, raça e etnia, religião, capacidade/deficiências, formação socioeconômica, orientação sexual e aparência física, assim constituindo-se num todo complexo. Assim sendo, as organizações precisam reconhecer e valorizar tais diferenças no sentido de abrigar as pessoas em torno de um significado que as mova e que os talentos humanos efetivamente fluam (TÔRRES, 2005).

Na empresa Pack Bag durante os seus nove anos de existência o trabalho em equipe sempre foi de grande importância para produção dos seus produtos devido a forma artesanal de trabalhar, no caso as máquinas de costura de big bags. (PACK BAG, 2020)

A empresa é dividida em vários setores como diretoria, gestores, PCP, recursos humanos, compras, almoxarifado, comercial, desenvolvimento, administrativo, qualidade, produção, expedição e logística. As dificuldades encontradas na empresa são clareza nas informações, envolvimento nas operações, disseminações de informações e comprometimentos dos colaboradores. (PACK BAG, 2020)

Todas as informações são passadas através de sistema, fitecs (ficha técnica do contentor flexível) dos big bags e pelo setor de desenvolvimento e qualidade. Todas as informações passadas dos clientes para o setor comercial são detalhadas de como deve ser o produto final. É feito uma amostra para

teste, mas alguns detalhes acabam não sendo repassadas pelo vendedor ou setor comercial ocasionando erros de produção.

Outra questão é trabalhar a motivação e o empenho da equipe, pois no trabalho existem pessoas com dificuldades e perfis diferentes. Tem o grau de educação e a facilidade no aprendizado. Como toda empresa é cobrado o alcance de metas e para isso é preciso que todos estejam em sintonia com cada um fazendo a sua parte. A de colocar e fazer com que todos entendam o valor de cada um, seja este com mais dificuldades em produzir e os que produzem mais rápido.(PACK BAG, 2020)

Cabe ao líder de produção incentivar e dar apoio a todos se ajudarem em conjunto para alcançar a meta proposta.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

SANTOS, 2009 Na era da informação é em um momento em que a tecnologia é disponibilizada, a habilidade no processamento de dados e a transformação desses dados em informações prontas para serem usadas nas tomadas de decisões representam uma oportunidade valiosa na melhoria do processo de comunicação no mundo dos negócios. Só através de uma comunicação interna eficiente, é que acontece a troca de informações. Sendo assim, o sucesso da comunicação interna depende de seu público interno e para isso, é necessário que ele aceite e confie nos veículos, nos instrumentos adequados, na mensagem de comunicação interna e que esta se encontre acima de tudo, de acordo com suas expectativas e suas necessidades. Segundo Ruggiero (2002), não basta ter uma equipe de grandes talentos altamente motivados. Se ela não estiver bem informada, se seus integrantes

não se comunicarem adequadamente, não será possível potencializar a força humana da empresa.

A Comunicação Interna são as interações, os processos de trocas, os relacionamentos dentro de uma empresa ou instituição. Também chamada de Endocomunicação, a Comunicação Interna é responsável por fazer circular as informações, o conhecimento, de forma verticalmente, ou seja, da direção para os níveis subordinados; e horizontalmente, entre os empregados de mesmo nível de subordinação. Ainda segundo Ruggiero (2002) para ter qualidade na comunicação a organização deve considerar as diferenças de pessoa para pessoa. A comunicação a níveis ótimos pressupõe que as pessoas tenham competências refinadas, e a qualidade destas é que assegura a melhor qualidade de comunicação, que também depende do momento em que ela ocorre.

Comunicação interna

Silva, 2003 comenta que Elton Mayo que, entre 1927 e 1932, demonstrou que, “para o bem da produtividade, as pessoas não podiam ser encaradas pelos gestores como extensões das máquinas”. O que o sociólogo australiano defende é que as pessoas produzem mais quando são motivadas, estimuladas, ouvidas e consideradas pela organização. Através de números, gráficos e planilhas ele provou que, se as empresas quisessem produzir mais, era preciso trazer a humanidade para dentro do ambiente de trabalho. Fato que atualmente centenas de empresas brasileiras fazem questão de transformar em peça de marketing social.

Meios de comunicação

Segundo CESCO (1995), qualquer telegrama, cartão postal ou qualquer tipo de comunicação pessoal ajudará a construir ou derrubar a boa vontade dos empregados e a imagem da empresa. A correspondência deve ser bem utilizada e encarada com muita seriedade, pois quando bem escrita tende a atingir o propósito por que foi elaborada. O autor ainda afirma sobre alguns meios de comunicação como:

Carta Comercial:

As cartas comerciais possuem maior flexibilidade e quando bem redigidas, conseguem transmitir todas as informações que se deseja. Uma carta comercial bem elaborada significa a utilização de linguagem direta, estética e moderna. Os públicos da carta comercial são o interno e externo, evidenciando sua importância como veículo de comunicação dirigida escrita para formar, manter ou elevar o conceito da empresa. (CESCA ,1995)

Ofício:

É quase exclusivamente usado no serviço público na comunicação entre chefias e com o público externo. O Ofício está para uma empresa pública assim como a carta e o memorando estão para uma privada. (CESCA ,1995)

Circular:

É uma comunicação escrita de forma genérica, pois é passada para vários funcionários, seu texto é informal e direto, é reproduzida na qualidade necessária por meio de xérox, ou qualquer outra forma de produção. (CESCA ,1995)

Requerimento:

É um documento no qual o interessado após preencher sua identificação e qualificação, faz sua solicitação à autoridade competente. (CESCA ,1995)

Telegrama:

Utilizado em pequena escala, é difícil de redigir, pois omite palavras desnecessárias o que tem que ser cuidadosamente revisado para que a informação seja compreendida. (CESCA ,1995)

Fax:

É a forma abreviada de fax-smille, é menos oneroso que o telegrama e o telex, para sua expedição pode ser utilizado formulário padronizado que chega

ao destinatário por cabo telefônico, ficando o original com o emissor.(CESCA ,1995)

Quadro de Avisos:

É um excelente veículo de comunicação interna, a posição estratégica e apresentação física é que garantem a comunicação por mais tempo, é utilizado para transmitir informações de caráter geral, os avisos devem ser concisos, de modo a permitir uma leitura em um simples correr de olhos.(CESCA ,1995)

Tipos de comunicação nas organizações

Nas organizações a comunicação apresenta diferentes formas que variam de acordo com os elementos, contexto e tipo de comunicação a ser usado. A comunicação se divide em dois itens: comunicação verbal e comunicação não verbal. No primeiro item a comunicação envolve participação, transmissão e trocas de conhecimento e experiências. A comunicação verbal pode ser: interna – quando o processo acontece dentro da empresa e externa – quando o processo ultrapassa os limites da empresa, ocorrendo entre esta e funcionários ou instituições de fora da empresa. Quanto à transmissão da mensagem, a comunicação ocorre de duas formas: oral e escrita. Para se ter idéia da importância das comunicações orais, basta lembrar que elas estão no cerne dos problemas de relacionamento entre setores ou na raiz das soluções de integração horizontal/vertical. Muitas questões pendentes poderiam ser resolvidas por meio de uma receita que inclui, necessariamente, contatos, reuniões de integração, avaliação, análise, controle e feedback. Como se percebe, as comunicações orais merecem atenção. Quanto ao tipo de comunicação a ser utilizado, pode ser: formal (realizada através da hierarquia) e informal (realizada fora do sistema convencional).(CESCA ,1995)

Dentre os meios de comunicação da Pack Bag ela é feita através de quadros de gestão a vista, reuniões, sistema e por escrito. O processo da empresa depende muito da boa comunicação escrita, como exemplo, no caso as medidas de um bag de que forma deve ser feito ou quais materiais devem

ser utilizados para sua produção. Um erro pode comprometer todo seu processo e ter perdas e trabalho perdido. (PACK BAG, 2020)

Toda perda gera prejuízo que impacta nos valores recebidos da empresa e conseqüentemente na diminuição dos benefícios para seus colaboradores. É preciso obter através dos seu clientes o máximo de informação e manter sempre seus líderes e colaboradores cientes de cada particularidade que possa existir em cada etapa de produção. (PACK BAG, 2020)

Para um melhor alcance de informações os gestores buscam analisar um a um todos os processos comparando os dados obtidos do cliente com os descritos na ficha técnica do produto. Sempre deve colocar o máximo de informação e fazer um modelo de bag padrão para que esteja disponível para seus colaboradores olharem e produzirem os produtos de acordo com este.(PACK BAG, 2020)

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

A comunicação é fundamental para que qualquer negócio aconteça e para que qualquer atividade dentro de uma organização seja executada da maneira desejada e no tempo determinado. Um cliente, por exemplo, ao chegar a uma loja ele deve ser atendido por um dos funcionários, e como o atendimento poderia acontecer sem a comunicação entre eles? Ficaria difícil, certo? Isso é apenas um exemplo da importância da comunicação. (GIGA, 2014)

Dentro da estrutura da organização, nós temos ferramentas e métodos que padronizam a comunicação interna ou externa entre as pessoas, sobretudo de hierarquia diferente, como a comunicação entre os chefes e seus subordinados. Mas existe também a comunicação entre pessoas do mesmo

nível hierárquico, como requisições encaminhadas de um setor para o outro.(GIGA, 2014)

3.2.1.1 - Comunicação formal

A comunicação formal de maneira geral é escrita, segue modelos pré-determinados e tem seu trâmite e movimentação registrada e documentada pelos órgãos responsáveis. Toda comunicação, seja ela externa ou interna, que siga padrões e modelos determinados pela organização é uma comunicação tida como formal.(GIGA, 2014)

Ou seja, se há uma maneira específica, estabelecida pela organização, de se comunicar com um subordinado, um superior ou com outro setor ou empresa, estamos diante da comunicação formal. Como exemplo de comunicação formal temos o memorando, ofício etc.(GIGA, 2014)

3.2.1.2 - Comunicação informal

Já a comunicação informal, como o próprio nome sugere, acontece de maneira espontânea entre as pessoas dentro da organização. Ela não segue padrões ou modelos e nem ao menos é documentada.

Como exemplo, podemos citar as conversas que acontecem durante o lanche, nos corredores, depois do expediente etc. A comunicação informal pode ter como conteúdo temas atinentes ou não ao trabalho dentro da empresa. Por exemplo, um funcionário de uma repartição pode, antes do envio da documentação, fazer uma ligação avisando sobre o envio da mesma, para que o pessoal já vá se preparando para recebê-la.(GIGA, 2014)

3.2.1.3- Comunicação formal ou informal

Em toda organização é possível a implementação da comunicação formal. Contudo, independente da vontade dos gestores, a comunicação informal sempre irá existir e até certo ponto poderá ser benéfica, desde que os gerentes saibam utilizá-la em favor da organização. Sendo assim, a comunicação formal e a comunicação informal coexistem em qualquer organização, e ambas podem ser importantes. A diferença é que a formal é controlada, padronizada, enquanto que a informal, por ser espontânea, exige que seja tratada com cuidado e até certo ponto controlada para evitar que fofocas, “picuinhas” e boatos influenciam o comportamento das pessoas e afetem o desempenho organizacional. (GIGA, 2014)

Em uma reunião principalmente quando for uma de negócios é preciso agir com transparência, postura e sempre manter a linguagem formal.

Quando é você que está realizando a apresentação primeira coisa é estar totalmente interagindo com o assunto e entender a apresentação, manter postura em uma voz que faça com que todos escutem alto e bem claro, o importante é entender se todos que estão ali te assistindo estão entendendo de forma clara, é muito importante isso, pois todos precisam sair dali entendendo sobre o assunto. (GIGA, 2014)

As técnicas de apresentação ajuda muito nisso pois são técnicas que fazem com que se forme na cabeça um mapa para saber o que fazer dentro de uma reunião ou qualquer apresentação que esteja ministrado, são elas as técnicas:

- Estude o seu conteúdo. ...
- Prepare a **apresentação**. ...
- Inicie de forma impactante. ...
- Cativa a plateia. ...
- Desenvolva bem o tema. ...
- Olhe para sua plateia. ...
- Fale a linguagem do público. ...

- Conclua com excelência.

As reuniões da Pack Bag são realizadas todos os dias de manhã entre PCP e líderes de produção para falar sobre os pedidos que precisam ser finalizados e as dificuldades que terão no decorrer da produção. Nesse mesmo contexto após essa reunião é feita outra reunião entre PCP, gestores e comercial para verificar se os prazos estão sendo cumpridos e se haverá atrasos na entrega dos produtos prontos. Verificam também se haverá mudança de datas e inclusão de novos pedidos, se algum cliente deseja antecipação da entrega. (PACK BAG, 2020)

Sempre que acontece algum problema, seja de produção, reclamações de clientes, entre outros é feita um agendamento de reunião para discutir melhorias e o que pode ser feito para sanar qualquer dificuldade encontrada.

Todo mês é realizado uma reunião de indicadores de produção para analisar se as metas foram alcançadas, não conformidades de clientes e produção, gastos financeiros, economia no custo dos produtos, compras de materiais, materiais parados no almoxarifado, gastos com hora extra e pedidos de clientes em cada região alcançada. (PACK BAG, 2020)

Política da qualidade

Cumprir com os requisitos negociados com nossos CLIENTES, assegurar a melhoria contínua dos nossos produtos e serviços e a busca constante pela sua satisfação. Investir em treinamento, educação, conscientização e competência dos nossos colaboradores, promovendo o seu desenvolvimento profissional. Buscar o aumento da rentabilidade do negócio, reduzir desperdícios, melhorar continuamente nossos processos e o Sistema de Gestão da Qualidade- SGQ. (PACK BAG, 2020)

A empresa através de um bom investimento e treinamento conseguiu em 2016 receber seu certificado ISO 9001. Um padrão com reconhecimento internacional que graças ao trabalho em equipe dos colaboradores da empresa

chegaram a essa conquista. Uma prova de que o esforço em conjunto com todos empenhados é possível vencer barreiras e alcançar objetivos.

4. CONCLUSÃO

Perante a todas as questões abordadas sobre a importância na formação de uma equipe que desenvolva bem as tarefas e alcance dos objetivos propostos é imprescindível o apoio e acompanhamento dos gestores e líderes da empresa.

Sabemos que dificuldades todos nós temos mas, basta um grande esforço e sempre oferecer apoio a seu colega de trabalho, incentivando e oferecendo um feedback periódico do seu trabalho salientando seus pontos positivos e negativos. Ter atenção em cada detalhe para que o trabalho seja bem feito.

Nós como colaboradores diretos e indiretos dessa empresa em crescimento parabenizamos o empenho de cada um que faz da Pack Bag um modelo de empresa a ser seguido. Fica o nosso agradecimento pelas informações obtidas pelos diretores e gestores dessa empresa.

5. REFERÊNCIAS

CESCA, Cleusa G. Gimenes. **A comunicação dirigida escrita na empresa**. São Paulo: Summus Editorial, 1994. v. 49.

CR BASSO EDUCAÇÃO CORPORATIVA. **Trabalho em Equipe: Por que é tão Difícil?** Disponível em: <https://crbasso.com.br/blog/trabalho-em-equipe-por-que-e-tao-dificil/>. Acesso em 14/06/2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos: os novos horizontes em administração**. 3.ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2014

ERNANDINA, Maria Cardoso 1998 - **Trabalho em Equipe um gestão de estratégia** - Estado de Santa Catarina universidade federal de Santa Catarina secretaria de estado da saúde centro de desenvolvimento de recursos humano em saúde gerência de especialização e projetos especiais curso de especialização em gestão hospitalar - Florianópolis, 1998

GIGA, 2014 - Comunicação formal e informal nas empresas - Disponível em: <https://www.gigaconteudo.com/comunicacao-formal-comunicacao-informal> - Acesso em 15/06/2020.

JONES, Gareth R. e GEORGE, Jennifer M. **Administração contemporânea**. 4. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

PACK BAG HOME PAGE. **Pack Bag Agora você tem força**. Disponível em: <http://www.packbag.com.br/>. Acesso em 14/06/2020.

PEREIRA, Jamille Barbosa Cavalcanti; HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori. **Ser ou não ser favorável às práticas de diversidade? eis a questão**. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 14, n. 4, ago. 2010.

ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Felipe. **Comportamento Organizacional**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

RUGGIERO, Alberto Piro. **Qualidade na comunicação interna**. São Paulo: Rh, 2002.

SANTOS, Priscila de Faria - **Comunicação interna nas organizações** - Faculdade São Luís de França administração com ênfase em recursos humanos - 2009

SILVA, Agnaldo Rômulo.(Org.) **A eficiência na Comunicação interna**. [S.l.:s.n.], 2003

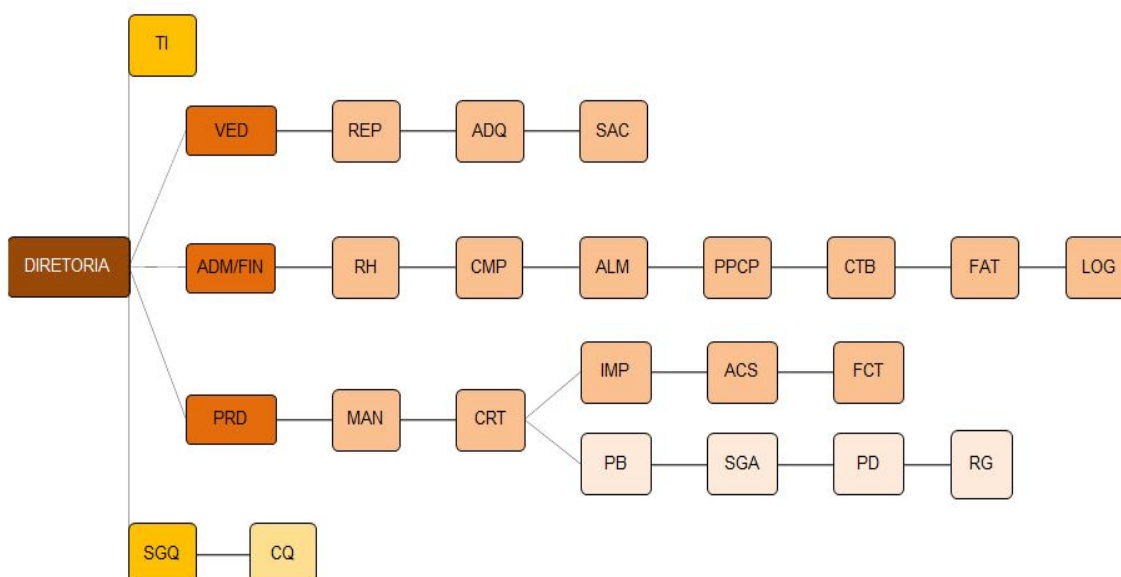
TÔRRES, José Júlio Martins. **Teoria da complexidade: uma nova visão do mundo para a estratégia**. I BEC- PUC/PR. Curitiba, PR, Brasil, 11, 12 e 13 de julho de 2005. 10p.

WAGNER III, John A.; HOLLENBECK, John R. II. **Comportamento Organizacional: criando vantagem competitiva**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010

6. ANEXOS



Fonte: Pack Bag



Fonte: Pack Bag

LEGENDA:

TI: Tecnologia da Informação **IMP:** Impressão **ACS:** Acessórios **FCT:** Fechamento **SGQ:** Sistema de Gestão da Qualidade

CQ: Controle da Qualidade **TERCEIROS:** PB BAG, SGA, PRESÍDIO, RG.

ADM: Administração **FIN:** Financeiro

RH: Recursos Humanos **CM:** Compras **ALM:** Almojarifado **PPCP:**

Prog. Planj. Controle Produção **VED:** Vendas **REP:** Representações

ADQ: Adequações **SAC:** Setor Atendimento ao Cliente **CTB:** Contabilidade

FAT: Faturamento **LOG:** Logística **PRD:** Produção **MAN:** Manutenção
CRT: Corte

Fonte: Pack Bag