



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

MARKETING

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

SLC AGRÍCOLA S.A.

POÇOS DE CALDAS, MG

JUNHO, 2020

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

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

SLC AGRÍCOLA S.A.

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTE:

GESNER C. CORRÊA JÚNIOR, RA 1012018200192

POÇOS DE CALDAS, MG

JUNHO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	6
3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE	7
3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE	7
3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	9
3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA	9
3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL	10
4. CONCLUSÃO	13
REFERÊNCIAS	15

1. INTRODUÇÃO

As organizações modernas possuem uma característica essencial para o sucesso, que é o contínuo processo de melhoria de todas as suas atividades, onde se torna indispensável o uso de uma boa comunicação. Esta, quando ocorre internamente, possibilita a todos os níveis organizacionais uma melhor interação no alcance das metas e dos objetivos, promovendo o desenvolvimento do conhecimento de cada colaborador de forma flexível, enriquecendo o capital intelectual da empresa, motivando a força de trabalho em equipe e o comprometimento na obtenção de resultados, permitindo melhor adaptação às mudanças do mercado.

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 (RUGGIERO, 2002).

Entendamos porque a Comunicação Organizacional hoje é uma ferramenta estratégica de negócios. A comunicação é um fator estratégico para o sucesso das organizações, porque atua principalmente em três frentes: é fundamental para os resultados do negócio, é um fator humanizador das relações de trabalho e consolida a identidade da organização junto aos seus públicos (TORQUATO, 1998, p. 16).

A empresa que não favorece a cultura da comunicação e da participação acaba perdendo confiança, produtividade, qualidade, credibilidade e, conseqüentemente, clientes, negócios e mercado, o que significa baixa competitividade (MATOS, 2009, p. 91).

Em um mercado globalizado onde a tecnologia é ferramenta vital, as empresas necessitam se lançar no mar da inovação, criatividade e competitividade adaptando-se às novas realidades de mercado. Essa tecnologia desempenha um papel fundamental na comunicação organizacionais, proporcionando agilidade e eficiência que garantem a satisfação do mercado consumidor (SILVEIRA, 1999).

Sendo assim, abordaremos conceitos relevantes pertinentes ao tema do comportamento e comunicação organizacional, como definições, seus aspectos mais relevantes, as relações das culturas organizacionais das instituições, bem como também as ligações com a motivação, a produtividade e a qualidade de vida dos trabalhadores de uma organização. Tudo isso visando deixar evidente que o modo pelo qual a

comunicação interna das empresas atualmente se constitui em uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento das organizações. Assim sendo, pode-se aqui afirmar que uma boa comunicação empresarial interna é um fator essencial para a melhoria de processos nas organizações e para a otimização de suas atividades, influenciando positivamente no alcance dos objetivos estratégicos e até mesmo sendo fator decisivo para a sobrevivência dessas organizações.

Desta forma, capacitando o relacionamento entre funcionários e a pirâmide administrativa, o desempenho empresarial será aprimorado capacitando à organização alcançar uma presença mais marcante no mercado competitivo.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A SLC Agrícola, é uma das maiores produtoras de grãos e fibras do Brasil. Com atuação em seis estados diferentes, contribui para fortalecer o agronegócio, setor estratégico para o crescimento econômico e o desenvolvimento do país.

É uma empresa especialistas no cultivo, na colheita e no beneficiamento da soja, do milho e do algodão, com um modelo de negócio que integra tecnologias modernas, alta escala de produção, padronização das unidades, eficiência na gestão de custos e responsabilidade socioambiental.

- **Razão Social:** SLC Agrícola S.A.
- **CNPJ:** 89.096.457/0001-55
- **Atividade Principal:** Produção E Comercialização de Algodão. Soja. Milho. Café. Entre Outros.
- **Classificação Setorial:** Consumo não Cíclico / Agropecuária / Agricultura
- **CEP:** 90.620-010
- **UF:** RS
- **Município:** Porto Alegre
- **Bairro:** Santana
- **Logradouro:** R. Bernardo Pires
- **Número:** 128
- **Complemento:** 4º Andar

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

Devido ao aumento da oferta e demanda em produtos e serviços, algumas empresas acabam visando somente a produtividade, mercado e lucro, esquecendo que os principais aliados para a realização das metas impostas são os colaboradores internos da organização.

Mayo defende a importância de considerar a pessoa em sua totalidade (apud BERGAMINI, 1997, p. 21). A melhor maneira para se ter bons resultados é manter o colaborador motivado, tendo assim uma estratégia de reconhecimento e desenvolvimento, a fim de incentivá-lo a buscar resultados positivos para organização e ao mesmo tempo recompensá-lo por seu desempenho. Assim, a organização estará preparada para manter seus colaboradores comprometidos, sem perdê-los para as empresas concorrentes, além de conquistar um ambiente organizacional favorável, com um bom relacionamento entre as pessoas que a compõem.

A questão do equilíbrio emocional e do relacionamento entre os colaboradores não pode ser tratada de forma superficial dentro das organizações, pois isso pode influenciar diretamente nos resultados. Colaboradores com problemas psicológicos ou de relacionamentos, interferem diretamente na sua produtividade.

Nem sempre todos conseguem separar o pessoal do profissional e nem se relacionar de forma amigável com todos. Gerenciar esses conflitos deve ser parte das responsabilidades da organização para com seus colaboradores, a fim de não só garantir bons resultados, mas, principalmente, assegurar a produtividade com qualidade.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

Teoricamente, o trabalho em equipe é um processo que se caracteriza por qualidades coletivas como colaboração, flexibilidade, apoio sincero confiança no próximo, consciência das pessoas que o seu sucesso depende de outras pessoas, compromisso com um único objetivo. Este processo pode se desencadear em qualquer grupo de trabalho, por um período curto, médio ou longo em qualquer unidade organizacional ou fora da organização. Os dois objetivos que mantêm a atuação e os membros são a meta e a manutenção do grupo que passa pelas relações interpessoais. Os membros podem desenvolver vários tipos de papéis, seja para o crescimento ou não do grupo, e estes podem ser usados positivamente quando as pessoas tomam consciência da existência e da forma de utilizá-los. Para a formação, deve-se considerar o ambiente tanto interno como externo, as características dos membros bem como do próprio grupo. As habilidades como liderança, comunicação, criatividade, resolução de problemas e conflitos, bem como de desenvolvimento social devem ser oportunizados a todos os membros.

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

Os grupos podem ser transformados em times de trabalho autogeridos, desde que o desejo de mudança e transformação passe por todos os membros com o compromisso da alta administração de uma organização. Sendo que se deve considerar o momento apropriado, as vantagens e desvantagens para desenvolver trabalho em equipe. É possível perceber que ao nos alertarmos das desvantagens poderemos atuar nelas, encarando desta forma o desafio.

Além das questões comportamentais, existem algumas situações que devem ser observadas pelo líder, de modo a evitar desgaste, competições desnecessárias e dificuldades nas relações interpessoais. São elas:

- Falta de comunicação e baixa troca de experiências entre as pessoas da equipe; – Falta de direcionamento e clareza sobre as atividades e o papel de cada um, o que gera rivalidade e disputas de ego;

- Falta de gestão no que diz respeito à prevenção e gerenciamento de conflitos;– Excesso de reuniões sem objetivos específicos, somente para cumprir procedimentos;
- Falta de feedbacks individuais, o que pode gerar insegurança e perda de interesse pelos membros da equipe.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

A comunicação interna sempre foi importante para as empresas, principalmente agora num momento de altas tecnologias e inúmeras ferramentas disponíveis.

Para que uma empresa tenha sucesso é imprescindível que seja investido em sua comunicação interna. Afinal, desta forma os colaboradores poderão ter uma visão completa da empresa como um todo.

Dentre as formas de comunicação interna, destacamos a escrita (uma das mais utilizadas dentro do ambiente corporativo e pode ser colocada em prática de diversas formas: jornal mural, e-mails, quadros de avisos, blog corporativo, agenda compartilhada, placas de avisos, entre outros.) e a oral, bastante utilizada no dia a dia das empresas (pode ser colocada em prática através de palestras, reuniões e confraternizações, por exemplo).

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

Segundo Irandé Antunes (2003) a escrita é um meio pelo qual podemos exercer uma função comunicativa, seja a de informar, anunciar, descrever, recordar, explicar, argumentar, instruir, resumir, documentar ou registrar algo.

Para que a comunicação escrita exista é imprescindível as seis peças da estrutura da comunicação:

- Remetente, emissor ou locutor: quem envia a mensagem;
- Destinatário, receptor ou alocutário: quem recebe a mensagem e deve produzir uma resposta para o remetente;
- Código: Língua Portuguesa. Usam-se palavras claras, objetivas para obter respostas rápidas e uniformes;
- Repertório: valores, conhecimentos culturais, geográficos e afetivos presentes em cada indivíduo;

- Mensagem: conteúdo enviado de forma atraente ao destinatário a fim de estimulá-lo a produzir uma resposta;
- Veículo: é o modo pelo qual o remetente irá “conduzir” a mensagem, por meio de relatórios, CI, fax, bilhete etc. Todo idioma sofre alterações ao longo do tempo e milhares de vocábulos desapareceram, outros mudaram de sentido e um grande número foi acrescido pela tecnologia - terceirizar, deletar, acessar. Além disso, diversas palavras foram transformadas e adaptadas a uma forma de expressão mais popular. Na conjugação verbal, a segunda pessoa - em especial o vós - praticamente foi abolida.

A melhor maneira de elaborar uma mensagem escrita é buscar antecipar a reação das pessoas que irão receber a mensagem. A partir do momento que conhecermos o público alvo (leitor), poderemos identificar o impacto que a mensagem terá sobre os mesmos. Como exemplo, pode-se usar a mensagem que o Departamento de Comunicação da SLC Agrícola usa em seus materiais de divulgação e apresentação da empresa: *“A SLC Agrícola tem o sonho de impactar positivamente gerações futuras, sendo líder mundial em eficiência no negócio agrícola e respeito ao planeta. Na busca por esse sonho, trabalhamos para alimentar o mundo e tornar a agricultura mais sustentável. A Empresa proporciona um ambiente de trabalho construtivo e prazeroso valorizando seus colaboradores e contribuindo com a sociedade. Além de seus benefícios a Empresa oferece oportunidades de crescimento, qualidade de vida e programas de disseminação do conhecimento. Sempre alicerçado em seus valores e sua cultura.”*

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

Um dos requisitos básicos para ser bem sucedido em qualquer tipo de trabalho é saber se comunicar bem. Selecionar as ideias, esquematizar e planejar o que pretende transmitir são características de profissionais que se preocupam com o seu interlocutor e principalmente com a qualidade da comunicação.

Se tratando da comunicação oral, vale pontuar o comportamento humano visto pela comunicação organizacional do ponto de vista das diferenças das características

formais e informais dentro da empresa. A formal permite à organização manter total controle sobre a comunicação institucionalizada, contudo gera pontos negativos dada a insegurança por parte dos funcionários, visto que não leva às soluções dos problemas aos seus superiores, devido a uma política estabelecida pela própria empresa. Já no caso da informal, as dificuldades são causadas por restrições da estrutura hierárquica. Fatores corriqueiros, à primeira vista prejudiciais, podem afetar a imagem da empresa e do indivíduo, como por exemplo, a “fofoca”, quando, em ambiente laboral, os funcionários dedicam tempo de jornada tecendo comentários sobre assuntos nem sempre relacionados ao trabalho. Entretanto, tal prática apresenta como ponto positivo a agilidade ao fluxo de informação e, conseqüentemente, rapidez na solução do problema. Portanto, a comunicação organizacional formal e informal identificadas na empresa são fatores-chave de uma estrutura bem planejada.

Uma reportagem da Revista Exame mostrou que as reuniões sobre assuntos burocráticos e tarefas pouco produtivas podem roubar até 10 horas semanais de trabalho de cada funcionário (CARVALHO, 2014). No entanto, se estivermos preparados para conduzir e/ou participar de uma reunião, essa ideia negativa pode desaparecer. Parte disso passa pela capacidade de planejar e se preparar, além disso, é fundamental a objetividade da comunicação.

Veja 10 dicas para uma reunião mais produtiva, elaboradas pela Você RH (OLIVEIRA, 2017, documento on-line):

- O encontro é, de fato, necessário;
- Existe uma pauta clara e objetivos;
- Um material prévio é compartilhado;
- Apenas os participantes necessários são convocados;
- Os convidados aparecem no horário;
- A reunião começa e termina na hora combinada;
- A conversa se resume ao assunto central;
- Os participantes se preparam para os tópicos da pauta;
- Ninguém usa o celular nem sai da sala durante o encontro;
- A reunião dura no máximo duas horas.

Ao analisarmos o cotidiano da SLC Agrícola percebemos bem definidas as formas de comunicação seja no cotidiano dos colaboradores das áreas de produção (comunicação informal) quanto nas assembleias realizadas pela diretoria a cada três meses, com o objetivo de apresentar a visão geral do desempenho e analisar informações financeiras referentes ao período (comunicação formal).

4. CONCLUSÃO

Podemos concluir que, a comunicação é uma peça necessária para o desenvolvimento da organização, ou seja, uma boa comunicação reflete no bom relacionamento entre os membros da empresa, assim podendo manter um clima mais harmonioso e de fácil convívio, aumentando o desempenho dos funcionários e a qualidade dos produtos realizados.

Vários são os fatores que influenciam a comunicação, e dependendo da eficácia na utilização de seus meios e processos atingir-se-á ou não uma comunicação eficaz. É preciso que cada pessoa saiba comunicar-se com seus colegas de trabalho de acordo com suas características, de forma que a transmissão aconteça tranquilamente. Para que isso ocorra é preciso que os responsáveis pela transmissão da mensagem tenham consciência e compreendam a necessidade da utilização adequadamente dos meios e processos de comunicação.

À medida que todos passam a se preocupar com a forma como se comunicam, buscando o aperfeiçoamento, a comunicação irá fluir de maneira adequada, evitando equívocos e impulsionando o trabalho. No entanto, para que isso ocorra é preciso que os superiores se empenhem e colaborem juntamente com seus subordinados, conscientizando-se que a comunicação interna eficaz é um sinônimo de integração e crescimento da empresa.

É importante que a comunicação seja autêntica e clara, evitando assim fofocas e mal entendidos (isso acaba por desestimular o sentimento de equipe). Se buscarmos nos comunicar de forma que sejamos realmente compreendidos, estaremos evitando falhas que normalmente acontece.

Neste sentido, elenca-se a seguir, algumas para melhorar e sustentar a comunicação de empresas ou organizações:

- Formalizar a comunicação, principalmente as colocações mais importantes referentes ao trabalho e assim, evitar dúvidas relacionadas a pedidos, encomendas, datas, etc;

- Realizar reuniões mensais chefes de departamentos e estes, com seus subordinados, informando suas metas e objetivos do mês para que todos possam estar por dentro do alcance da empresa;
- Realizar reuniões periódicas com os subordinados e o encarregado de setores, para que assim todos possam expressar suas idéias e opiniões, trocando informações;
- Organizar palestras motivacionais para todos os colaboradores da empresa, para que assim se sintam mais motivados e reconhecidos.

Em termos gerais, a comunicação interna em uma empresa é tarefa de solução árdua e os relacionamentos interpessoais e grupais um desafio diário. A distribuição do saber é caminho privilegiado para o desenvolvimento de todas as pessoas envolvidas, transformando a organização, “o local de trabalho” num ambiente em que o aprendizado não se dissocia dos desejos de crescimento individual e da própria organização.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, I. *Aula de português: encontro e interação*. São Paulo: Parábola, 2003.

BERGAMINI, C.W. *Psicologia aplicada à administração de empresas: psicologia do comportamento humano na empresa*. São Paulo: Atlas, 1997.

CARVALHO, J. Empresas perdem até 1/4 de seu tempo com reuniões inúteis. *Exame*, 11 abr. 2014. Seção Negócios. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/empresas-perdem-ate-1-4-de-seu-tempo-com-reunioes-inuteis/>>. Acesso em: 06 junho 2020.

OLIVEIRA, A. C. Saiba como ter reuniões mais produtivas. *Você RH*, 28 nov. 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/prepare-se-para-as-reunioes-produtivas/>>. Acesso em: 06 junho 2020

RUGGIERO, Alberto Pirró. *Qualidade da Comunicação interna*. 2002.

TORQUATO, G. *Tratado de comunicação organizacional e política*. São Paulo: Pioneira, 2004.