



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**Processos Gerenciais**

Marketing

**PROJETO INTEGRADO**

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO  
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

**DROGA RAIA**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

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

**PROJETO INTEGRADO**  
A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO  
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

**DROGA RAIA**

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.  
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES  
BORSARI

ESTUDANTES:

Eduarda Martins 1012020101005

Jéssica Borges Hygino 1012020101068

Jonathan Narciso Emídio 1012020101019

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
2. INTRODUÇÃO	4
3. OBJETIVOS	5
3.1. Objetivo Geral	6
3.2. Objetivos específico	6
4. PROBLEMA DE PESQUISA	6
5. JUSTIFICATIVA	6
6. ESTRUTURA DO TRABALHO	7
7. REVISÃO DE LEITURA	7
7.1. CONCEITO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	7
7.1.1. Redes de Comunicação	10
7.1.2. Canais informais de comunicação	10
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>14</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>15</b>
3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	15
3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE	15
3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE	16
3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	18
3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA	18
3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL	19
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>20</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>21</b>

# 1. INTRODUÇÃO

Este presente trabalho visa demonstrar a importância do trabalho em equipe bem como suas dificuldades. Faz uma análise do comportamento humano nas organizações e apresenta o conceito de comunicação e expressão, além da comunicação escrita e oral.

A empresa escolhida para ser analisada foi a Raia Drogasil, onde realmente há o trabalho em equipe, uma comunicação eficiente e respeito a todos os funcionários.

As comunicações estão inseridas em ambientes vulneráveis e em constantes mudanças, nos quais a grande volatilidade de informações e a concorrência influenciam em seu desempenho, exigindo agilidade e competitividade.

Devido a esta atual competitividade entre as organizações, somente as que se empenham e se destacam com as melhores estratégias e diferenciais sobreviverão. Por isso, valorizam-se cada vez mais qualidade e eficiência nos processos organizacionais, fatores que refletem diretamente nos produtos e serviços.

A comunicação empresarial tem sido uma atividade estratégica em organizações com o desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação. O presente estudo procura analisar e apresentar a importância da comunicação interna como ferramenta de gestão. Promover a comunicação interna é algumas das sugestões que podem contribuir para o seu melhor desempenho e, conseqüentemente, melhores resultados.

## **ABSTRACT**

Organizations are inserted in vulnerable environments and in constant changings, in which the volatility of information and competition have influence in development, requiring flexibility and competitiveness.

Due to the present competitiveness between organizations, only the ones with greater commitment and better strategies will survive. Therefore, quality and

efficiency in organizational processes is higher valued, as factors which influences in the products and services.

Business communication has been a strategic activity in organizations with development of new technologies of information and communication. The present study aims to analyze and present the importance of internal communication as a strategic tool. Promoting internal communication is one of the keys to contribute to a better performance and, consequently, to achieve better results.

## 2. 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 Interna hoje é uma ferramenta estratégica de negócios. A comunicação interna 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 interna, proporcionando agilidade e eficiência que garantem a satisfação do mercado consumidor (SILVEIRA, 1999).

Sendo assim, neste TCC são abordados conceitos relevantes pertinentes ao tema da comunicação empresarial interna, como sua definição, seus aspectos mais relevantes, sua relação com a cultura organizacional de uma instituição, bem como também sua ligação com a motivação, a produtividade e a qualidade de vida dos trabalhadores de uma organização. Tudo isso visando deixar evidente que a comunicação empresarial interna 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.

### 3. OBJETIVOS

### 3.1. Objetivo Geral

O objetivo geral do presente trabalho é apresentar a Comunicação Interna e seu desempenho vital como ferramenta estratégica, focando na preparação e interação de seus colaboradores internos.

### 3.2. Objetivos específico

Os objetivos específicos do presente trabalho é apresentar estratégias para que se alcancem os seguintes resultados:

1. Possibilitar aos colaboradores de uma empresa o conhecimento das transformações ocorridas no ambiente de trabalho
2. Tornar determinante a presença dos colaboradores da organização no andamento dos negócios
3. Facilitar a comunicação empresarial, deixando-a clara e objetiva para o público interno.

## 4. PROBLEMA DE PESQUISA

A presente monografia se propõe a responder o seguinte problema de pesquisa: Até que ponto a comunicação interna contribui para a melhoria da qualidade dos processos e resultados, atuando como ferramenta estratégica?

## 5. JUSTIFICATIVA

O tema a ser tratado se justifica por englobar todos os processos de comunicação com o público interno, ou seja, funcionários e acionistas. É uma ferramenta de extrema importância ainda pouco praticada dentro das empresas, e que se

aplicada da maneira adequada traz grandes benefícios e melhoria para a estrutura organizacional.

Um dos desafios a serem enfrentados para estabelecer a comunicação interna é justamente se adequar ao modelo da organização. É necessário inovar na criação de processos que devem acompanhar as mudanças organizacionais.

É importante ressaltar que a comunicação interna aplicada de maneira adequada desempenha um papel estratégico essencial na organização, de modo que as empresas precisam compreender sua importância e estudar métodos que correspondam às necessidades atuais. A interação dos funcionários faz com que a informação flua em todos os setores e níveis organizacionais.

## 6. ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho será estruturado em três partes. A primeira apresenta os conceitos de comunicação e comunicação interna focando na importância desta ferramenta como apoio estratégico dentro das organizações. A segunda parte aborda a comunicação organizacional e os canais de divulgação mais utilizados. A terceira destaca a importância da comunicação interna alinhada às ações corporativas na busca de resultados positivos.

Por trás de muitas dificuldades existe apenas uma causa: a comunicação. As falhas escondem, na maioria das vezes, sérios problemas de relacionamento e de desajuste de foco (FILIAGE, 2012).

## 7. REVISÃO DE LEITURA

### 7.1. CONCEITO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL



Por comunicação – dizem os sociólogos Loomis e Beagle – entendemos o processo pelo qual informação, decisões e diretivas circulam em um sistema social, e as formas em que o conhecimento, as opiniões e as atitudes são formadas ou modificadas. (LOOMIS e BEAGLE<sup>1</sup> apud BORDENAVE, 1983)

Do latim, *communicatio*, o ato ou efeito de comunicar. É importante descrever o surgimento da comunicação empresarial para entender de forma mais clara sua importância nos dias atuais. No início do século XX ocorreram as primeiras ações de comunicação empresarial nos Estados Unidos. Em 1906, o jornalista Ivy Lee, que atuava em Nova Iorque, decidiu deixar a profissão de lado para montar o primeiro escritório de Relações Públicas (RP) de que se tem notícia (AMARAL, 1999).

Nos anos 40 a área de relações públicas alcançou prestígio a partir da experiência nos Estados Unidos. Adentraram o Canadá, França, e na seguinte década dominaram países como Holanda, Inglaterra, Noruega, Itália, Bélgica, Suécia e Finlândia. No ano de 1958 foi a vez da Alemanha começar a ter contato com a área.

Pimenta (2004, p. 99) conceitua a comunicação empresarial como o somatório de todas as atividades de comunicação da empresa. É uma atividade multidisciplinar que envolve métodos e técnicas de relações públicas, jornalismo, assessoria de imprensa, lobby, propaganda, promoções, pesquisa, endomarketing e marketing.

Terciotti (2009, p.2) diz que comunicação é o ato de compartilhar informações entre duas ou mais pessoas, com a finalidade de persuadir ou de obter um entendimento comum a respeito de um assunto ou de uma situação. O autor ilustra seu conceito na figura abaixo:



**Figura 1. Conceito de comunicação**

Fonte: Elaborado pelo autor

Isso deixa bastante claro que a comunicação empresarial é um conjunto de métodos e técnicas de comunicação dentro da organização direcionada ao público interno e externo, sendo justamente o somatório de todas as atividades de comunicação da organização, devendo, portanto, ser elaborada de maneira multidisciplinar, com base em métodos e técnicas de relações públicas, propaganda, promoções, jornalismo, lobby, pesquisa e marketing, e dirigida à sociedade, consumidores, empregados e formadores de opinião, devendo ter como referência justamente o planejamento estratégico da organização (MEDEIROS, 2007).

Dessa forma, pode-se constatar que a comunicação empresarial engloba um complexo conjunto de ações, estratégias e processos desenvolvidos no sentido de reforçar a imagem de uma organização perante os seus públicos de interesses (diretores, colaboradores, consumidores etc.), bem como um instrumento de gestão que cria e desenvolve uma cultura organizacional positiva, na qual todos os componentes humanos das organizações se sintam envolvidos e, de alguma maneira, participantes (GENELOT, 2001).

Fortes (2003, p. 72) é ainda mais abrangente quando identifica o público interno como agrupamento espontâneo, com ou sem continuidade física, perfeitamente identificável, originária das pessoas e dos grupos ligados à empresa por relações funcionais oficializadas.

Segundo Chiavenato (2000, p. 142-143) a comunicação é uma atividade administrativa, constituindo-se em dois propósitos. O primeiro é repassar as informações com clareza para que as pessoas possam realizar bem suas tarefas. O segundo é promover a motivação, cooperação e satisfação das pessoas nos seus respectivos cargos.

### 7.1.1. Redes de Comunicação

Segundo Restrepo (1995), a maneira de ser de uma organização pode ser interpretada pelas formas de comunicação que ali são desenvolvidas. O veículo de informação a ser utilizado deve atingir todos os públicos, mas a linguagem para quem trabalha na produção não será a mesma usada para diretores, acionista ou outros públicos.

Oliveira (2002), de maneira genérica, define dois tipos diferentes de formação de esquemas de comunicação numa empresa, que são os canais formais e informais. Para Dubrin (2003), os canais formais de comunicação são os caminhos oficiais para envio de informações dentro e fora da empresa, tendo como fonte de informação o organograma organizacional, que indica os canais que a mensagem deve seguir. Além de serem caminhos para a comunicação, os canais também são meios de enviar mensagens através de diversos veículos estabelecidos pela organização como: os impressos, os visuais, os auditivos, entre outros (BUENO, 2003).

### 7.1.2. Canais informais de comunicação

Por meio da comunicação informal se pode ter uma visão "mais verdadeira" do clima organizacional e da reação das pessoas aos processos de mudança, suas expectativas, interesses, frustrações, alegrias. Todos os obstáculos ao diálogo que encontramos nas estruturas formais são concebíveis nos grupos informais, e é

talvez isso que explique sua originalidade, sua força e sua coesão (MATOS, 2006).

Geralmente, a comunicação informal veicula mensagens que podem ou não ser referentes às atividades da empresa. Através dela pode-se conseguir mais rapidamente mensurar opiniões e insatisfações dos colaboradores, ao ter uma ideia mais ampla do clima organizacional e da reação das pessoas aos processos de mudança (GOMES, 2008).

A comunicação informal não está presente para prejudicar a empresa embora ela disponha deste poder. Porém, cabe aos profissionais responsáveis de comunicação saberem usá-la a favor da empresa (REZENDE, 2009).

O empregado X diz a outros três ou quatro. Só um ou dois destes receptores irão passar adiante a informação e os que o fazem irão, geralmente, contar a mais que uma pessoa. Então, a medida que a informação vai “envelhecendo” e que a proporção daqueles que tomam conhecimento dela aumenta, morre gradualmente, porque nem todos os que a recebem a repetem. Este tipo de rede é conhecida por cadeia em cacho (cluster), porque cada um dos elos da cadeia tende a informar um conjunto de pessoas, em vez de contar a uma só pessoa (Newstrom & Davis, 1997, p. 76).

A comunicação informal pode ser ruim para a empresa, quando, por exemplo, propaga muitos boatos, ou ser boa, quando facilita a ajuda entre seus membros.

”, cujo propósito é realizar uma análise sobre como se dá o trabalho em equipe em uma empresa real e as formas de comunicação utilizadas pelas pessoas, principalmente, quando estas estão reunidas.

A entrega do PI deve ser feita através desse arquivo, onde a equipe deverá gerar um arquivo Adobe Reader (.PDF) e enviar diretamente pelo AVA (Ambiente Virtual de

Aprendizagem) por meio de um de seus integrantes, não sendo permitida a sua entrega de forma impressa ou por e-mail.

As competências atitudinais avaliadas neste módulo são o **RELACIONAMENTO INTERPESSOAL** e a **FLEXIBILIDADE**, e suas evidências estão relacionadas diretamente com as etapas do PI, sendo respectivamente:

- Contribui para um ambiente agradável, apresentando atitudes positivas: O comportamento dos estudantes entre si na equipe e junto à tutoria e docentes será avaliado de modo a observar atitudes positivas durante todo o período de realização do PI.
- Trata as pessoas de forma respeitosa e cortês: Serão observadas evidências na interação dos integrantes entre si na equipe e junto à tutoria e docentes para verificar se está sendo realizada de forma respeitosa e cortês. Isso inclui tanto a interação através do AVA e outros meios virtuais, assim como a interação pessoal realizada diretamente nos polos.
- Evita que diferenças pessoais com colegas interfiram no desempenho das atividades: O desempenho desde a execução até a entrega final do projeto será avaliado de modo a observar se possíveis diferenças pessoais entre os integrantes da equipe comprometeram o desempenho das atividades acadêmicas.
- Preza pelo bom ambiente, evitando conduta que possa denegrir colegas, professores e demais integrantes do ambiente acadêmico: A interação através do AVA e outros meios será observada de modo a evidenciar possíveis problemas de conduta que possam denegrir qualquer pessoa. Ao constatar a menor evidência desse problema, os envolvidos serão encaminhados ao NAP - Núcleo de Apoio Psicopedagógico para que o caso possa ser avaliado e conduzido o mais rápido possível.
- Tem postura flexível quando sua ideia não é a que prevalece: Serão observadas na equipe evidências de quando um determinado integrante impõe que o trabalho seja conduzido conforme tão somente sua ideia, contrariando o que os demais integrantes da equipe julgam como correto para o desenvolvimento do projeto.

- Revê opiniões e conceitos mediante argumentações consistentes: Durante o período de execução do projeto, docentes e tutoria farão o acompanhamento junto aos estudantes realizando as orientações pertinentes para a melhoria na qualidade do trabalho. A equipe será avaliada quanto às argumentações dessa orientação, se vão rever suas opiniões ou se irão manter o trabalho mesmo com as observações levantadas.
- É capaz de assumir erros e apresentar disposição para solucioná-los: Ainda em relação às orientações, a equipe será avaliada quanto à correção dos possíveis erros identificados por docentes e tutoria.
- Aceita opiniões e sugestões de mudanças que contribuam para a melhoria da execução de atividades e de resultados apresentados: Será avaliada a disposição da equipe em aceitar as sugestões dos docentes e tutoria que possam gerar mudanças na execução do projeto. A observância dessa evidência se dará no sentido de que o projeto fique prejudicado em razão da equipe não ter aceitado realizar as sugestões de melhoria.

O Projeto Integrado vale 4,0 (quatro) pontos e o cumprimento de cada evidência corresponde a 0,25 (vinte e cinco centésimos) pontos, perfazendo um total de 2,0 (dois) pontos.

Os outros 2,0 (dois) pontos estão relacionados à parte técnica dos conteúdos, ao cumprimento do que está sendo solicitado através desse modelo e também à outra competência atitudinal avaliada no módulo, qual seja, o **TRABALHO EM EQUIPE**, motivo pelo qual, os Projetos Integrados devem sempre ser realizados em equipes, com o mínimo dois e com o máximo cinco estudantes.

Em relação ao trabalho em equipe, as evidências analisadas são: Demonstra disponibilidade para auxiliar os colegas; Compartilha as informações e os conhecimentos inerentes às atividades com os demais colegas; Prioriza interesses e objetivos coletivos ao invés dos objetivos individuais ou de pequenos grupos; Atua de forma participativa e colaborativa na execução das atividades coletivas.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

A empresa Raia Drogasil S/A localiza-se na rua do comércio, 214 centro de Vargem Grande do Sul. CNPJ: 61.585.865/0840-70, com fins lucrativos.

Para atender às diferentes demandas dos consumidores, além da venda de medicamentos, as farmácias da rede Droga Raia também comercializa produtos de perfumaria, simbolizando a marca com o conceito de “Saúde e Beleza”.



### **3. PROJETO INTEGRADO**

Nesta etapa do PI são apresentados os conteúdos específicos de cada unidade de estudo e como são aplicados no respectivo estudo de caso, utilizando para isso, uma empresa real.

#### **3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES**

Nessa unidade de estudo serão analisados os aspectos relacionados às equipes, aos seus comportamentos e as possíveis dificuldades para trabalhar de forma integrada, harmoniosa e conjunta.

##### **3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE**

O trabalho em equipe é essencial para a obtenção de bons resultados em qualquer organização. Estimular a comunicação e o bom relacionamento entre os colaboradores pode fazer toda a diferença em uma empresa.



Obtenção de resultados, realização de objetivos, relação interpessoal construtiva e sucesso são algumas das vantagens em trabalhar em equipe. As empresas no mercado atual buscam, cada vez mais, um perfil profissional que saiba gerenciar essa habilidade.

Pessoas que conseguem manejar o trabalho em equipe apresentam um alto nível de satisfação e ajudam na obtenção de resultados. O trabalho em equipe harmonioso resulta em maior rapidez e eficiência no ambiente corporativo.

O grupo Raia Drogasil preza muito o trabalho em equipe, estimulando sempre a colaboração dos seus funcionários, capacitando e dando treinamentos motivacionais.

### **3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE**

O tempo gasto para trabalhar em equipe é maior quando comparado ao trabalho individual. Devido às diferentes opiniões entre membros da equipe para a resolução de um problema.

A falta de confiança entre a equipe dificulta o relacionamento entre seus membros, ocasionando conflitos que levam a cair o desempenho da equipe.

A falta de sintonia na equipe pode trazer mais resultados. Como somos seres únicos, com as mais diversas características, muitas das vezes acabam ocorrendo divergências sobre o exercício em si resultando em maus resultados operacionais e organizacionais

Cada pessoa tem sua individualidade, seus valores, ideias e opiniões. Para que não ocorra conflitos é importante que haja respeito em ambas as partes.

Na Droga Raia há uma boa liderança onde há abertura para o diálogo, expressão de idéias e opiniões.

## **3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO**

A comunicação e expressão existe de maneira externa : quando é utilizada por alguém da organização para se comunicar com outras pessoas no mercado financeiro e obter realizações de vendas. Já a comunicação interna os principais objetivos é para haver um bom convívio entre as classe hierarquias, trazendo aumento de produtividade, fortalecer a cultura das organizações,bom comportamento, incentivar o engajamento e entre outros.

### **3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA**

A comunicação escrita é eficaz para as organizações quando é usada de maneira correta . Seu objetivo é ter um contato próximo entre o emissor e receptor , para que isso aconteça, usamos a tecnologia ao nosso favor fazendo essa mensagem chegar através das redes sociais em forma de texto publicitário,anúncios, enviar informações por email, ebooks e entre outros. Porém, está mensagem deve ter concordâncias gramaticais, saber utilizar informações necessárias e uma estrutura mais apurada e ao mesmo tempo atingir seu leitor de maneira clara e objetiva.

A empresa Raia Drogasil trabalha com folhetos promocionais, páginas nas redes sociais, além do seu próprio aplicativo onde pode-se fazer compras online e consultar preços e promoções.

### **3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL**

Uma comunicação oral no cenário organizacional é aquela que transforma a atitude das pessoas . Se a comunicação muda suas ideias , mas não provoca nenhuma mudança de comportamento, então ela não atingiu seu resultado. Seu objetivo é transmitir sua mensagem com clareza e usando uma linguagem na qual deixa próximo do seu público alvo . A comunicação existe de maneira verbal que é através da fala ou escrita que usamos bastante no dia a dia ,no trabalho por exemplo : reuniões, palestras, trabalho em equipe. A comunicação não verbal ocorre por meio de gestos, códigos sonoros, sinais, expressões faciais ou corporais, imagens ou códigos. Ela abrange a expressão corporal e facial, gestos e reações do corpo a estímulos variados.

As reuniões na Droga Raia existem duas por ano, que são as mais importantes. Uma vez por mês tem a reunião com os líderes da região e toda semana tem a reunião com a equipe da loja, onde se passa as informações importantes, os pontos onde se deve melhorar e fala sobre as metas e objetivos a serem atingidos.

## 4. CONCLUSÃO

Tendo como base o trabalho, podemos refletir sobre a importância do trabalho em equipe, onde estimula a motivação, tornando um ambiente harmonioso e agradável. Com o trabalho em equipe a organização desempenha o seu papel de forma organizada, respeitando a hierarquia e todas as individualidades, independente da função e cargo.

A comunicação é essencialmente importante, para a promoção do diálogo, troca de ideias e opiniões.

Vimos, que a Raia Drogasil, é uma empresa comprometida e valoriza seus funcionários, proporcionando capacitações e estimulando sempre sua carreira profissional.

## REFERÊNCIAS

- <https://www.drogaraia.com.br/nossa-historia>
- <https://www.slideshare.net/LigiaCoppetti/facilidades-e-dificuldades-do-trabalho-em-equipe>
- <https://www.sbcoaching.com.br/coaching/trabalho-equipe-liderar>
- [www.ibcoaching.com.br/portal/rh-gestao-pessoas/importancia-comunicacao-eficaz-organizacoes/](http://www.ibcoaching.com.br/portal/rh-gestao-pessoas/importancia-comunicacao-eficaz-organizacoes/)
- <https://blog.integracao.com.br/blog--comunicacao--escrita-eficaz-nasempresas>

## **ANEXOS**

Imagem DROGA RAIA.....página 14