

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

PROCESSOS GERENCIAIS

LOGÍSTICA

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

PIZZARIA DO ESPANHOL

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

PROCESSOS GERENCIAIS

LOGÍSTICA

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

PIZZARIA DO ESPANHOL

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

JESSICA BORTOLUCCI, RA
1012018200317

GUILHERME MARTORANO
MEDINA, RA
1012019100661

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3. PROJETO INTEGRADO	10
3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	10
3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE	10
3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE	12
3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	13
3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA	13
3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL	14
4. CONCLUSÃO	15
REFERÊNCIAS	16

1. INTRODUÇÃO

Pensar a gestão sem a comunicação efetiva é pensar em um modelo gerencial fadado ao fracasso.

Comunicação e gestão – quando bem articuladas formam um ciclo integrado, e precisam envolver todas as áreas organizacionais da empresa, mobilizando ações convergentes e coerentes com os objetivos da instituição.

Segundo Lima (2017, s.p) “*as ações feitas com meu público interno refletem diretamente no meu público externo e certamente influenciará no posicionamento da minha empresa no mercado*”.

Neste projeto integrador buscamos apresentar a comunicação organizacional e a importância da comunicação e da expressão em todo e qualquer ambiente, principalmente junto ao ambiente empresarial.

Para tanto, escolhemos como *locus* de análise uma empresa do ramo gastronômico de São João da Boa Vista, interior de São Paulo.

Denominada Pizzaria do Espanhol ela conta com quase 5 (cinco) décadas de tradição, mantém quantidade considerável de material informativo junto à internet e redes sociais, e concordou em responder lacunas de pesquisa da equipe, ainda que por meio de questionários e entrevistas informais, não presenciais, dado o momento de pandemia vivenciado pela sociedade brasileira¹ durante o momento de sua produção.

Os dados – que exemplificam os conceitos de comunicação organizacional – foram coletados por contato telefônico, ou através da troca de mensagens em redes sociais.

Muito se pode perceber ainda a partir da observação da atuação da empresa junto ao mundo virtual, fosse através da resposta aos consumidores ou a partir da promoção de interações com a própria equipe, em registros de vídeo, divulgados nas mídias da empresa.

Espera-se que ao final deste Projeto Integrador, tenhamos explicitado e

¹ Construído durante o primeiro semestre de 2020, este Projeto Integrador precisou ser adaptado ao contexto de quarentena decretado pelo governo do Estado de São Paulo em março, através do Decreto nº 64.881, de 22/03/2020, disponível em <<https://www.al.sp.gov.br/norma/193361>>. Acesso em 25 mai 2020.

exemplificado ações comunicacionais junto às organizações e sua importância para a consolidação e sustentação não apenas de marcas, mas de relacionamentos.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Criada em 1966 pelo empresário Manoel Gimenes Reis e outros dois irmãos, a Pizzaria do Espanhol iniciou as suas atividades comerciais em um endereço diferente, na Rua Ademar de Barros, onde todos a conheciam como Empório do Espanhol.

Na época a empresa dedicava-se a comercialização de itens alimentícios, não relacionados à produção de massas.

Logo mais tarde em 1981, com o sonho de se expandir, mudaram para a Avenida Rodrigues Alves, 420, ainda como Mercadinho do Espanhol. Em 1990, a empresa deixou de comercializar produtos e insumos alimentícios para servir bebidas, lanches e massas. Nascia a Lanchonete e Pizzaria do Espanhol.



Figura 1 - Localização da Pizzaria do Espanhol. Reprodução Google Maps.

Atualmente, a Pizzaria do Espanhol funciona apenas como ‘delivery’ e ‘takeout’ sistemas de entrega e retirada de massas, contudo permanece localizada na Avenida Rodrigues Alves 420, Bairro Rosario, na cidade de São João da Boa Vista.

A identidade visual da casa, atrelada a imagem de uma famosa tradição cultural na Espanha, as touradas, também permanece.

Ela pode ser observada junto à assinatura da empresa nas redes sociais, e no seu interior, denotando forte identidade visual.



Figura 2 - Imagem usada como referência junto a marca desde o início dos trabalhos da pizzaria. Reprodução: Redes Sociais.

Inscrita sob o CNPJ: 32.552.601/0001-01 e o NIRE: 35-8-3304657-7, a empresa que se intitula como ‘familiar’ mantém horários de funcionamento restritos às quartas, quintas, sextas e sábados. Quando questionados a respeito dessa restrição, a gerência é enfática: *“sempre prezamos pelo bom atendimento, preferimos manter a qualidade desse atendimento, reduzindo nosso horário de funcionamento, à arriscar uma tradição de mais de 5 décadas, sempre pautada pelo respeito ao cliente. Entre atender mais ou atender melhor, sempre escolheremos atender melhor”*².

O cardápio costuma receber novos sabores a cada 3 (três) meses. Em sua última versão apresentava a configuração vista na Figura 2.

² As respostas transcritas foram obtidas a partir de conversas realizadas por redes sociais: whatsapp, facebook e instagram. Trazem um misto de vozes da empresa que mantem a alma familiar, mas tem delimitados setores de comunicação, contabilidade, e cozinha.

Pizzaria do #ESPANHOL

DE UMA OLHADA NAS NOSSAS
OPÇÕES

AV. RODRIGUES ALVES, 420 - ROSÁRIO
19.1622-8761 OU 19. 98719-8927

Pizzaria do #ESPANHOL

DE UMA OLHADA NAS NOSSAS
OPÇÕES

AV. RODRIGUES ALVES, 420 - ROSÁRIO
19.1622-8761 OU 19. 98719-8927

CLÁSSICAS

MUSSARELA
Massa especial, molho especial, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas

PRESUNTO
Massa especial, molho especial, molho presunto, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas

CALABRESA
Massa especial, molho especial, 12kg de mussarela, fatiada, tomate, calabresa, orégano e azeitonas

FRANCO
Massa especial, molho especial, fatiada de presunto, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas

LOMBE
Massa especial, molho especial, 12kg de mussarela, fatiada de presunto, orégano e azeitonas

ATUM
Massa especial, molho especial, 12kg de mussarela, tomate, orégano e azeitonas

ATUM COM ERVILHAS
Massa especial, molho especial, 12kg de mussarela, tomate, ervilhas, orégano e azeitonas

ALHO (BEPIDDO DA KANI)
Massa especial, molho especial, 12kg de mussarela, queijo (parmesão) - 500g de alho fresco picado e fito na mão + tomate, orégano e azeitonas

VERDES E CIA

BRÓCOLIS COM ALHO
Massa especial, molho especial, 12kg de mussarela, molho de alho, calabresa, alho, tomate, orégano e azeitonas

MARGUERITA
Massa especial, molho especial, fatiada de com tomate + margarina + alho, 12kg de mussarela + tomate, margarina e azeitonas

SUETO
Massa especial, molho especial, fatiada com molho e ervilha, cebola, 12kg de mussarela + molho de tomate, tomate, orégano e azeitonas

MILHO
Massa especial, molho especial, fatiada de presunto, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas

NÚCULA COM TOMATE SECO
Massa especial, molho especial, 12kg de mussarela, catupiry, molho de tomate, tomate seco, orégano e azeitonas

PREMIADA

PORTUGUESA
Massa especial, molho especial, molho presunto, molho de alho, molho de tomate, orégano e azeitonas, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas - mais de 2kg de azeitonas picadas em conserva (aprox. 1kg em cada litro)

MAIS QUEIJO

DOIS QUEIJD
Massa especial, molho especial, fatiada de calabresa, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas

QUATRO QUEIJD
Massa especial, molho especial, fatiada de calabresa, queijo minas frescal, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas

CROCANTES

CROCANTE CATUPIRY
Massa especial, molho especial, 12kg de mussarela, molho de tomate, cebola, presunto, catupiry, tomate picado + orégano e azeitonas

CROCANTE CHEDDAR
Massa especial, molho especial, 12kg de mussarela, cebola, tomate de presunto, fatiada de presunto + orégano e azeitonas

OPCIONAIS QUE VC PODE PEDIR:

- Cheddar
- Catupiry
- Parmesão
- Calabresa

ESPECIAIS

BRÓCOLIS COM CHEDDAR
Massa especial, molho especial, 12kg de mussarela, molho de tomate, cheddar, alho, tomate, orégano e azeitonas

FRANCO COM CATUPIRY
Massa especial, molho especial, fatiada com molho de tomate, presunto, catupiry, molho de tomate, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas

LOMBO COM CATUPIRY
Massa especial, molho especial, fatiada com presunto, molho de tomate, catupiry, cebola, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas

MILHO COM CATUPIRY
Massa especial, molho especial, fatiada de presunto, molho de tomate, catupiry, cebola, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas

MILHO DA CASA (PALMITO)
Massa especial, molho especial, fatiada de presunto, molho de tomate, catupiry, cebola, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas

MODA ESPECIAL
Massa especial, molho especial, fatiada de presunto, molho de tomate, catupiry, cebola, 12kg de mussarela + tomate, orégano e azeitonas

MEIO A MEIO
MEIO DO PREÇO APROXIMADA DE 1/2 MARGEM + TAXA DE ENTREGA



Família Espanhol - família especial
19.1622-8761 ou 19.98719-8927

Família Espanhol - família especial
19.1622-8761 ou 19.98719-8927

Figura 3 - Cardápio da Pizzaria do Espanhol. Reprodução: Redes Sociais.

A empresa tem como foco, oferecer tradição, cultura gastronômica, sabor e qualidade de cada pedacinho produzido.

Com mais de 5 (cinco) décadas de experiência, faz questão de reforçar que coleciona as melhores receitas e um ingrediente que mantém tudo único: a Família Espanhol.

Outro aspecto explorado na comunicação externa da empresa, seja no marketing ou no relacionamento com outros comércios do ramo é a compra exclusiva de insumos do comércio local, fomentando a cadeia produtiva na região em que se insere.

A qualidade no serviço, o atendimento e a comunicação, são fatores de extrema importância para a gestora da empresa, que hoje é a sua filha Fabiana Gimenes, onde a mesma se faz presente com todos os funcionários para dialogar buscando sempre uma visão mais justa e ampla, para coordenar e auxiliar a sua equipe.

Na Pizzaria do Espanhol, a missão, a visão e os valores se resumem “*a oferecer tradição, cultura gastronômica, sabor e qualidade a cada pedaço, essa é nossa missão. Com 5 décadas de experiência, colecionamos as melhores receitas e um ingrediente que mantém tudo único: a família espanhol. Assim, a cada fatia, a cada ingrediente - adquirido apenas de produtores locais - tem-se a certeza da melhor pizza da região... e da mais recheada: todas as nossas unidades levam meio quilo de queijo! A melhor parte de tudo isso, seguimos inventando, misturando, ouvindo e criando para fazer sempre*

mais: pizza de verdade para pessoas especiais, como você!”

3. PROJETO INTEGRADO

3.1. COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

Segundo Xerpa (2019), o conceito de comunicação empresarial e organizacional pode ser relacionado às ferramentas e maneiras utilizadas pela instituição para dialogar com seus diferentes públicos: colaboradores, fornecedores, clientes, comunidade.

Complexo ele demanda a compreensão do conceito de comunicação.

O processo de comunicação ocorre no momento em que o emissor emite uma mensagem ao receptor, por intermédio de um meio, através de um canal. O receptor decodificará a mensagem que pode chegar até ele com algum ruído (bloqueio, filtragem) e, então, a partir daí, produzirá o feedback, a resposta àquilo que lhe chegou (Pinho, 2006, s/p).

Conhecido como Comunicação Interna, o processo que envolve essa troca de mensagem entre os elementos corporativos da empresa é um dos maiores pilares do reflexo dessa empresa no mercado, de sua ação comunicativa externa e publicitária.

Óbvio que o diálogo nem sempre é tarefa simples. Diferentes perfis podem provocar diferentes modelos comunicativos e ruídos na comunicação (LIMA, 2017). Daí a importância do desenvolvimento da Comunicação Interna.

De acordo com Xerpa (2019, s/p) ela promove “o diálogo com os colaboradores e torna o clima organizacional saudável”.

A Comunicação Interna envolve o fluxo de informações administrativas e também toda a comunicação feita com os colaboradores, através dos veículos formais ou informais, ela é única e diferente de empresa a empresa.

Na Pizzaria do Espanhol, a comunicação interna obedece ao modelo vertical, todos tem voz. Embora haja uma responsável pelas ações comunicativas elas se dão de modo participativo.

A responsável costuma frequentemente consultar sua equipe sobre a implementação de inovações ou ações publicitárias. O resultado é a adesão do grupo a todas as ações definidas como objetivo. O diálogo facilita o envolvimento e a participação de todos. Ao mesmo tempo, mantém ‘o time’ sempre motivado, tendo como

resultado final o sucesso na organização e comunicação da equipe como um todo.

Não raramente, as ações de comunicação interna rendem publicidade, num exercício de endomarketing, como demonstra a Figura 4.



Figura 4 - Festa junina realizada em 2019 através da colaboração da equipe. A ação foi divulgada nas redes sociais da empresa reforçando valores de união e entrosamento. Reprodução: Redes Sociais.

3.1.1. O TRABALHO EM EQUIPE

Entende-se por equipe “*a reunião de indivíduos que realizam (em conjunto) uma mesma tarefa ou trabalho*” (DICIO, 2020, s/p).

De origem francesa a palavra sempre esteve relacionada ao trabalho coletivo. Segundo Portal Educação, a equipe gera sinergia a partir do momento que reconhece os objetivos coletivos acima dos objetivos individuais e se mostra aberta ao diálogo.

Em uma equipe, o contato entre as pessoas tem o objetivo de gerar sinergia, que usualmente envolve os participantes na busca de objetivos/metas/resultados comuns e positivos à todos.

Todos sabem a importância e responsabilidade de suas funções, bem como, as atividades desempenhadas por outros, podendo substituí-lo em caso de necessidade. Na equipe o que agrega valor é o “resultado do conjunto”. Portanto, podemos observar que saber trabalhar em equipe é tarefa difícil, lenta e progressiva que demanda esforço, paciência, persistência e tolerância.

Todo trabalho que necessita de espírito cooperativo, compartilhamento de informações, divisão de tarefas, e que esteja sujeita à derrotas e vitórias, exige de todo profissional uma compreensão significativa do comportamento humano e da interação entre as pessoas. Muitas vezes, equipes possuem objetivos claros,

3.1.2. DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

Na Pizzaria do Espanhol as divergências são comuns. A única regra é a busca não do consenso, mas do respeito. De acordo com a gerência, todos os colaboradores da equipe são convidados a “aceitem o diferente”. Para isso, a comunicação aberta, verticalizada, sem hierarquização, é ferramenta indispensável, no gerenciamento de conflitos e no estabelecimento do diálogo.

Para a gestora *“uma equipe afinada é capaz de conviver com fraquezas e forças individuais, mais que isso, é capaz de usar tais fraquezas e forças sempre a favor do crescimento da empresa”*³.

Uma forma de reconhecer o esforço do trabalho com as diferenças foi exemplificado pela gestão através da divulgação dos bastidores da Pizzaria. A valorização dos personagens que fazem a empresa acontecer através de postagens em vídeos promocionais ou em ações pontuais funciona como fator motivacional ao grupo.

Observando as redes sociais da empresa percebe-se que não são raras as aparições de membros da Pizzaria não envolvidos em cargos ou posições de comando. Na Figura 3, nota-se que uma pizza recebeu o nome da colaboradora que a sugeriu, “Atum da Rô” é prova do reconhecimento do trabalho em equipe na Pizzaria do Espanhol.

³ Reforça-se aqui que as respostas transcritas foram obtidas a partir de conversas realizadas por redes sociais: whatsapp, facebook e instagram. Trazem um misto de vozes da empresa que mantem a alma familiar, mas tem delimitados setores de comunicação, contabilidade, e cozinha.

3.2. COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

Segundo Moutinho (2017), para que uma comunicação aconteça, são necessários seis elementos: o **emissor**, o **receptor**, a **mensagem**, o **canal**, o **contexto** e o **código**, exemplificados no Anexo I.

Em todo ato comunicativo, há um **emissor**, que é responsável por elaborar o texto. O emissor é quem **produz** a mensagem (escrita, falada ou não verbal) para um público específico, chamado de **receptor**.

O que está sendo transmitido e recebido? Uma **mensagem**, que consiste no próprio texto que se transmite. Essa mensagem é transmitida por um canal. São exemplos de canal os suportes que difundem inúmeros gêneros textuais, como: rádio, TV, Internet, jornal, dentre outros.

A mensagem está relacionada a um **contexto**, também chamado de **referente**. O contexto ou referente pode ser entendido como o assunto a que a mensagem se refere, ou seja, tudo aquilo que está relacionado a ela.

Por fim, essa mensagem precisa ser expressa por um **código**, constituído por elementos e regras comuns tanto ao emissor quanto ao receptor. O código usado para redigir esta mensagem é a língua portuguesa. Assim, quando falamos ou escrevemos, usamos o código verbal e, quando usamos a arte, a imaginação e a criatividade, é comum o uso do código não verbal (pintura, gestos etc.).

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

A estrutura de uma mensagem escrita eficaz não apenas transmite com êxito a informação, mas garante a compreensão pelo receptor. Comunicação é a troca de entendimento, sugere Vanetti (2016), e por isso, só pode ser considerada eficaz quando a compreensão do receptor coincide com o significado pretendido pelo emissor. .

No caso da empresa analisada, uma pizzaria, ou de maneira geral os restaurantes, o texto principal é o pedido. O mesmo é derivado de uma oferta, o cardápio. Ambos são

textos objetivos com linguagem clara a fim de detalhar o serviço levando em conta a cultura e os valores que compõem o estabelecimento.

O cardápio usa recursos hipertextuais a fim de “seduzir” o leitor, como cores, imagens, variação de letras, entre outros. A combinação desses fatores, quando compreendida pelo receptor, desencadeia processos biológicos, mecanismos sensoriais, e ativa o desejo. O cardápio que se expressa bem, induz ao consumo.

Paralelo à oferta, há o pedido, como já citado, não passando muitas vezes de números, que, sem contexto, seriam descartáveis. Mas ele é a comunicação precisa e multidirecionada entre o cliente e os serviços. O pedido é a demanda escrita de uma forma a ser facilmente traduzida nos canais em que ela percorre: no caixa se transforma em ativo, no bar e na cozinha será início de processos de transformação.

Os restaurantes também usam muitos recursos textuais na parte administrativa, mais formal e burocrática e na parte da propaganda, mas poética e importantíssima para traduzir as emoções que a comida oferece.

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

Uma comunicação eficaz e faz ao se garantir alguns tópicos: **emissor** e **receptor** estão inseridos num mesmo **contexto** e estão aptos a decifrar a **mensagens trocadas**. Disposição, inspiração, assertividade, boa dicção e clareza de ideias são pontos cruciais para se desenvolver uma comunicação eficaz e produtiva (JOVANA, 2018). Dúvidas e fatos não esclarecidos podem virar um problema maior no futuro. Por isso, sempre que houver uma dúvida, deve-se retomar o tema.

Nem sempre uma única reunião será o suficiente para descobrir tudo ou alinhar cada ponto de um projeto. Em uma organização, serão necessários diversos encontros para se criar um consenso. Comunicar-se com clareza é um hábito, portanto, deve ser exercitado sempre que possível.

4. CONCLUSÃO

Comunicar bem – internamente e externamente – é fundamental para a dinâmica de qualquer relacionamento, principalmente as relações empresariais.

Parte do sucesso consolidado da empresa analisada deve-se, com certeza, às estratégias de comunicação internas e externas adotadas pela Pizzaria do Espanhol.

Segundo Lima (2017) ter um plano que envolva tanto comunicação externa como interna gera melhor otimização de processos, mais segurança, agilidade no trabalho e credibilidade da imagem da empresa.

A construção do significado das mensagens surge a partir do momento que compreendemos o que foi falado.

Assim, a comunicação deve inspirar a construir cada vez mais relacionamentos que tenham valor e condição de interpretações corretas na vida organizacional, exemplo real observado na empresa analisada.

Para Xerpa (2019) a comunicação empresarial e organizacional, pode ser construída com ações simples, mas que exigem atenção e esforços para serem cultivadas no dia a dia corporativo, tarefas diárias da Pizzaria do Espanhol.

REFERÊNCIAS

- EQUIPE.** Dicio. Dicionário on line de Portugues. Disponível em <<https://www.dicio.com.br/equipe/>>. Acesso em 01 jun 2020.
- JOVANA, S. O que é comunicação eficaz?** 2018. Disponível em: <<https://comunidade.rockcontent.com/comunicacao-eficaz/#:~:text=Uma%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20eficaz%20%C3%A9%20quando,metade%20ou%20de%20maneira%20errada>>. Acesso em: 16 jun. 2020.
- LIMA, H.** A importancia da comunicação nas organizações. Endomarketing. 2017. Disponível em <<https://endomarketing.tv/importancia-da-comunicacao-nas-organizacoes/#.XuuxaUVKjIU>>. Acesso em 30 mai. 2020.
- MOUTINHO, W. T. Elementos da Comunicação.** 2017. Disponível em: <<https://www.coladaweb.com/portugues/elementos-da-comunicacao>>. Acesso em: 16 jun. 2020.
- PINHO, J. B. Comunicação nas organizações.** Viçosa: Ed. UFV, 2006.
- PORTALEDUCAÇÃO.** Definição de Equipe. Sem data. Disponível em <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/estetica/definicao-de-equipe/16622>>. Acesso em 01 jun. 2020.
- VANETTI, L. Comunicação eficaz: sua importância nas organizações.** 2016. Disponível em: <<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/comunicacao-eficaz-sua-importancia-nas-organizacoes/#:~:text=Comunicar%2Dse%20bem%20n%C3%A3o%20%C3%A9,o%20significado%20pretendido%20pelo%20emissor>>. Acesso em: 15 jun. 2020.
- XERPA. O que é comunicação empresarial e porque adotar a estratégia.** Postado em 12 dez. 2019. Disponível em <<https://www.xerpa.com.br/blog/o-que-e-comunicacao-empresarial/>>. Acesso em 30 mai 2020.