



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

<GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS>

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

<IDEAL SUPERMERCADOS>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

<GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS>

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

<IDEAL SUPERMERCADOS>

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

ALESSANDRA FELIZARDO MARCIANO - RA:
1012020200186

RAPHAELLA APARECIDA DA SILVA
ESPÍRITO SANTO - RA: 1012021200422

TALITA REGINE CALIXTO DE OLIVEIRA -
RA: 1012021100003

TAYLA CRISTINA DOS REIS LUMINATO -
RA: 1012020200027

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	5
3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE	6
3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE	7
3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	8
3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA	9
3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL	9
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ	11
3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ	11
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	15
4. CONCLUSÃO	17
REFERÊNCIAS	18
ANEXOS	20

1. INTRODUÇÃO

A comunicação sempre esteve presente na vida dos seres humanos desde antes da formação da sociedade sendo ela verbal ou não verbal, e até os dias de hoje garante com que consigamos transmitir nossas ideias e pensamentos, além de resolver nossos conflitos e auxiliar na construção de uma carreira profissional, ajuda-nos a compreender melhor uns aos outros.

É de conhecimento geral que a qualidade em um bom atendimento ao público, trás não somente mais clientes e visibilidade a uma empresa como também um espaço de maior abrangência no setor comercial. Pensando nisso, a rede do Ideal Supermercados alcançou muitos clientes, com uma grande variedade de produtos e preços, sendo referência em qualidade e acima de tudo, em um bom atendimento.

Tendo em vista os aspectos observados, uma empresa de sucesso é uma empresa que visa qualidade no atendimento e na comunicação com os seus clientes. Assim como a rede do Ideal Supermercados, que atualmente conta com mais de 5 lojas físicas em mais de três cidades no interior do estado de São Paulo. Bom atendimento, prestatividade e qualidade sempre esteve presente em toda história da empresa.

O intuito deste projeto, é mostrar como a comunicação está presente no dia-a-dia da empresa e seus funcionários assim como na vida de seus clientes e fornecedores.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Em 1997 foi fundada na cidade de Casa Branca, interior de São Paulo, a primeira loja do Ideal Supermercados. Sendo no início uma pequena loja logo tornou-se referência em atendimento e qualidade de seus produtos.

Em 1999, houve a inauguração da segunda loja da rede na cidade de São Sebastião da Gramma, também no interior do estado. Devido aos preços competitivos a rede alcançou muitos clientes e com isso, no ano de 2001 foi inaugurada a terceira loja na cidade de Casa Branca, que passou desde então a contar com duas lojas para o melhor atendimento.

Em 2002, foi inaugurada a quarta loja da rede na cidade de Vargem Grande do Sul e em 2004, a filial Casa Branca foi ampliada, incorporando novas instalações, espaço físico e atendimento.

No ano de 2005, a cidade de São Sebastião da Gramma recebeu sua segunda loja sendo a classificada a quinta loja da rede, proporcionando mais conforto para seus clientes e comodidade para os mesmos.

Após uma rápida expansão geográfica, a rede mudou seu foco para a expansão física, dando início à construção de sua matriz em Casa Branca no interior de São Paulo, sendo inaugurada no ano de 2010. Assim, quando uma nova filial foi inaugurada no ano de 2011, na cidade de Divinolândia, a instalação tornou-se a loja de número seis, e em 2012 a segunda loja que era de Casa Branca fechou e inaugurou em São José do Rio Pardo, seguindo os padrões de modernidade e praticidade implantados como a loja matriz.

Para melhor atender os fornecedores e melhorar a padronização de compra com estes, a rede do Ideal Supermercados criou um Centro de Distribuição em Vargem Grande do Sul. Com isso a compra de mercadorias pode ser feita em uma escala maior e com isso negociando um preço melhor do que fosse comprado de loja em loja separadamente.

Atualmente, a rede de Ideal Supermercados está presente em cinco cidades de sua região de atuação, com seis lojas e um centro de distribuição e uma infinidade de produtos para atender desde os clientes mais simples até os mais exigentes. Contando com uma equipe especializada com mais de 200 colaboradores.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

Dentro de uma organização para que haja alinhamento, direcionamento e sucesso nas funções desempenhadas é necessário que seja liderada por um Gestor.

No caso do Supermercado Ideal as equipes são classificadas por setores que são estes: caixa, açougue, frios, rotisseria, lanchonete, feira, reposição e padaria. Esses setores são liderados por um responsável pelos processos e também para a fabricação e produção dos produtos para venda no supermercado. Possui horário no qual as equipes se dividem em turnos: Abertura e Fechamento. Para que possam atender seus clientes com excelência nesses setores a forma que trabalham é contínua e constante. Se inicia no horário que antecede a abertura do mercado, todos fazem o mesmo serviço em um pequeno espaço de trabalho sendo supervisionado pelo chefe de setor ou também chamado de líder do setor, que tem a função de garantir a qualidade dos produtos produzidos mantendo o padrão da empresa e certificando-se de que seja aplicado o conceito da cultura organizacional se referindo a divisão de trabalho e os padrões de coordenação, comunicação e o fluxo de trabalho das equipes. Nas prateleiras são colocados os produtos de maneira estratégica, seguindo um layout para que seja de fácil acesso e a visualização das marcas disponíveis.

Os colaboradores trabalham de forma escalada nos horários para que antes da loja abrir esteja tudo pronto para receber os clientes e durante o tempo que o mercado se mantém aberto, para organizar e finalizar a parte do abastecimento e organização dos corredores e depósito até seu fechamento. Os colaboradores também são responsáveis por manter limpo, organizado, abastecido, com validade dos produtos correta e preços visíveis facilitando assim o consumidor final. Dentro das equipes os líderes dividem esses colaboradores por corredores facilitando assim a forma de trabalhar e a forma de gestão ser mais eficiente e ter a garantia de que cada um será responsável pelo cuidado e zelo do seu corredor.

Quando dentro das equipes os diretores e gerentes, observam colaboradores que se destacam dentro das equipes encontrando neles pontos positivos como comprometimento, pontualidade, empatia, como se articulam e relacionam com os colaboradores e clientes. Deste modo, a gerência encontra a oportunidade de promover aquele funcionário, dentro do setor ou até mesmo outras áreas que se encaixem no seu perfil. O colaborador então passa a ser treinado para após o treinamento, qualificando-o

para assumir uma equipe. O trabalho dos líderes dentro das equipes é fornecer ferramentas necessárias para o sucesso da operação guiando-os para que seja positiva, é preciso ser exemplo da cultura da empresa conhecer seus liderados e saber delegar o papel do líder, isso pode determinar o sucesso ou o fracasso de um projeto e até mesmo da empresa. Também é necessário um ambiente de trabalho harmonioso e que seja colocado nas atividades necessárias os colaboradores em equilíbrio, avaliando-os e auxiliando-os nas dúvidas e metas da organização.

Para que a equipe seja parte elemento motivador, ela precisa sentir parte da organização, saber sua importância no trabalho da equipe, levando em conta que através de ações na hora de administrar pessoas, pois é de conhecimento que isso pode ter efeito tanto motivador quanto desmotivador nas equipes de trabalho e colaboradores, descobrindo por meio de pesquisas de clima nas empresas. No caso da empresa Ideal Supermercados, visando depoimento de colaboradores as equipes de trabalho se caracterizam como grupos, pois existem no meio de alguns membros individualidade e que estão ali para fazer o trabalho e não para estar em sinergia, empatia, ou seja, não está ali para um trabalho colaborativo.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

Uma das grandes dificuldades de trabalhar em equipe de princípio se destaca o objetivo em comum, pois independente do cargo e as atividades desempenhadas que o profissional execute dentro da empresa sempre irá ter conflito, pois existem várias pessoas envolvidas e cada pessoa pensa e age de maneira diferente uma das outras e acaba trazendo dificuldades no trabalho em equipe. Para que sejam bem sucedidas no trabalho a ser executado dentro das organizações, a relação entre as pessoas e o bom convívio devem ser observadas de formas mútuas, pois precisam uns dos outros para a boa realização das funções a serem executadas dentro de um ambiente corporativo. É necessário que os colaboradores se ajudem porque não conseguem alcançar resultados positivos trabalhando de forma individualista, uma vez que um setor necessita do outro para adquirir bons resultados.

Quando um colaborador, por exemplo, sente-se desmotivado, o restante da equipe tende a sentir-se também desmotivado, seja pelos seus próprios motivos ou por ver o outro fazendo o serviço de forma errada com baixo rendimento, pouco interesse nas tarefas delegadas e muitas vezes deixando de cumpri-las, sobrecarregando assim os demais membros da equipe que acabam por ter que fazer o trabalho em dobro, causando

grande desmotivação nos demais membros da equipe. Destaca-se o individualismo, diminuição da produtividade da empresa, prejuízo aos surgimentos de novas ideias e decisões, complexo desmotivacional dos demais colaboradores e frustrações. Outra causa bem conhecida nos ambientes de trabalho é a falta de atenção da empresa.

Quando diagnosticada esses fatores dentro de alguma equipe é de extrema necessidade que o setor de Recursos Humanos (RH), da empresa seja atuante para o desenvolvimento das melhorias na percepção da equipe, sendo desenvolvido trabalho e treinamentos e uma conversa em específico para ser detectado fatores que levaram a agir de tal maneira. Para isso é indicado a pesquisa de clima para saber como anda a gestão do setor, pois pode ser esse um dos motivos que leva o colaborador a agir de tal maneira e chegar a uma possível solução.

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

Um dos grandes desafios de todo gestor e o diálogo com as equipes é se fazer passar a mensagem de uma forma a ser entendida colocando de uma maneira clara, simples e objetiva usando uma comunicação verbal que seja de fácil entendimento para todos os colaboradores para não gerar dúvidas ou descontentamentos. Quando uma fala é mal interpretada leva os colaboradores ao baixo rendimento, desmotivação rotatividade, falta de comprometimento com prazos e funções, faltas desnecessárias e até um possível desligamento.

Para que a mensagem do líder seja bem entendida sugere-se que seja feita de forma pontual, com caráter corretivo e no ato da falta, com o setor sejam feitos treinamentos com as equipes para que sejam desenvolvidas dificuldades dos colaboradores e fortalecimento das equipes, colocando na prática os modelos e exemplos práticos e atuais, levando as equipes aos melhores resultados e desempenho gerando ganhos tanto para as equipes como para as organizações, é de extrema importância fazer com que os colaboradores saibam da sua importância dentro da cultura da empresa pois a partir daí que se alcança metas individuais.

“[...] princípios ou crenças sobre metas ou recompensas desejáveis, hierarquicamente organizados, que as pessoas buscam por meio do trabalho e que guiam as suas avaliações sobre os resultados e contexto do trabalho, bem como o seu comportamento no trabalho e a escolha de alternativas de trabalho (Porto & Tamayo, 2003, p. 146).”

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

Na comunicação seja escrita ou oral, tem como objetivo produzir uma mensagem. Temos o emissor que cria a mensagem, onde começa toda forma de comunicação, tratando seja ela debates, discussões, conversas, entre outros. E temos o receptor que é aquele que recebe a mensagem.

A caracterização da comunicação escrita é feita através de revistas, livros, artigos ou pessoas comunicando-se por mensagens.

A mensagem é simplesmente todo assunto que o emissor queira transmitir. Em um mundo digital como nos encontramos, o aplicativo de mensagens instantâneas é uma forma de diálogo ágil, que é realizável uma conversa somente pelo uso dos chamados “emojis¹”.

A comunicação oral é a maneira mais objetiva de dialogar, é necessário que tenha a presença do emissor e do receptor, dispensável a presença no mesmo local, mas sim ao mesmo tempo. Há outras formas de ter uma comunicação oral, como telefones, rádios, além do diálogo presencial.

Na comunicação oral é necessário uma postura simpática, confiante e falar com naturalidade, para transmitir a mensagem de maneira eficiente e trazer uma boa comunicação.

Há também a língua de sinais, conhecida no Brasil como Libras (Língua Brasileira de Sinais), muito utilizada por pessoas com deficiência auditiva e de fala. A comunicação por ela é feita através de gestos e expressões corporais e facial.

Em um ambiente de trabalho, a comunicação escrita é essencial, porque possibilita o lançamento de informações em registros, comunicados, regulamentos entre outros. É preciso uma atenção para a importância da mensagem, para que esta se torne competente.

A escrita deve ser perfeitamente certa de acordo com a norma culta, sem erros de gramática, concordância e pontuação.

O uso de *e-mail* no ambiente de trabalho, por mais simples que seja, precisa transmitir a mensagem de forma clara para não acabar em desentendimento e afetar o rendimento dos funcionários.

Na empresa Ideal Supermercados, o setor de RH (Recursos Humanos) fica responsável em sua maioria, em transmitir os avisos, sejam eles as escalas de trabalho,

¹ Emoji é um termo japonês, das junções *E*(imagem) e *MOJI*(letra), um ideograma ou pictograma, que comunica um conceito de uma palavra ou sentença inteira.

reuniões, folgas, horários de entrada, ou qualquer tipo de mensagem que precise estar repassando, tanto para a empresa inteira quanto para somente um grupo de funcionários.

Os avisos são impressos e assinados pelo setor que está transmitindo a mensagem e são anexados em um quadro de avisos que se encontra na sala do registro de ponto.

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

Uma comunicação efetiva é aquela em que o emissor transmite uma mensagem e é entendida pelo receptor de maneira correta. A comunicação precisa estar livre de sons, impossibilitar discórdias ou ser interpretada de maneira errada.

Em uma empresa como Ideal Supermercados, toda comunicação é feita por avisos escritos, seja ela sendo direcionada para todos os funcionários ou parte deles e é anexada no quadro de avisos, em algumas ocasiões quando necessário o diálogo imediato, o setor de Recursos Humanos entra em contato por telefone no setor que deseja falar. Já se uma mensagem precisa ser passada para o cliente, como por exemplo, se o supermercado terá um horário diferente em algum feriado, a mensagem é escrita de forma clara e formal com letras grandes para ajudar na leitura e impressa (em anexo).

Depois o aviso é espalhado em vários pontos estratégicos do edifício, como na porta de entrada, na entrada do estacionamento e em cada setor de atendimento direto com o cliente. A rede social também é utilizada para avisos direcionados aos clientes, além de folhetos de ofertas e outros comunicados.

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

A comunicação formal é aquela realizada através de canais ou modelos definidos pela empresa, como site, *e-mail* corporativo, memorando, um panfleto, entre outros.

A comunicação informal é aquela que não usa os canais ou modelos definidos pela empresa. Esse tipo de comunicação pode surgir incontáveis rumores dentro da empresa, e cabe ao bom gestor estar em alerta no que aparece, para futuramente contestar o boato infundado.

Existem algumas técnicas de comunicação que são muito utilizadas no mundo corporativo, como comunicação 360, comunicação não-violenta e comunicação assertiva.

Na comunicação 360 é explorada todas as ferramentas utilizadas tanto externa quanto internamente e estabelece os planos mais eficazes para transmitir uma mensagem. O motivo desta comunicação é a troca de ideias visando o melhor para as pessoas.

Comunicação assertiva é aquela em que o ponto é reduzir conflitos e trazer transparência. Sendo muito usada por gerentes, pois foca no progresso nas relações humanas e menos voltada para uma oratória adequada.

Comunicação não-violenta é um método que busca ao mesmo tempo ser competente e empático. O seu surgimento é de idealizar os valores morais em vez de priorizar os valores materiais intensificando a compreensão entre as pessoas.

Esse tipo de comunicação não-violenta é característico de organizações que operam em diversos países, possibilitando que essas empresas, se adaptem à cultura dessas localidades ainda que funcione longe do país de origem.

No caso da empresa Ideal Supermercados, as reuniões são feitas no anfiteatro, um local dentro do prédio da empresa, um espaço grande com cadeiras para suportar mais de oitenta pessoas, com um aparelho de retroprojeter, tela e um computador. Além de ser feitas as reuniões, é realizado dentro deste espaço palestras como SIPAT² anualmente.

As reuniões não possuem datas fixas, mas contam sempre com a de início de ano com o conteúdo do que se espera do ano que se inicia, e a de final de ano, com o conteúdo sobre paciência e colaboração, pois em um supermercado, o fluxo de pessoas nas datas festivas de final de ano aumenta, trazendo uma sobrecarga de trabalho.

Há também as reuniões de cada setor, quando surge alguma urgência ou algum tipo de mudança. Nesse tipo de reunião participa o líder do setor específico, setor de RH e diretoria ou todos os colaboradores do setor com o setor de RH.

Já as reuniões para o setor administrativo, a diretoria e gerentes de loja, são feitas mensalmente para mostrar os objetivos e resultados, e dependendo do que surge, as reuniões acabam acontecendo mais de uma vez por mês.

Tem as reuniões em que são feitas com o objetivo de atentar com os *feedbacks*³ que cada setor traz. E os resultados dessas reuniões, são analisados e por eles são feitas as decisões e implantando novas políticas e diretrizes.

² SIPAT: Semana Interna de Prevenção de Acidentes.

³ *Feedback*: Termo cujo significado é de retorno do processo ou informação, pelo qual um indivíduo ajuda o outro a se evoluir através de suas próprias percepções, sejam positivas ou negativas.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ

Ter uma forma mais refinada de comunicação é o que difere os seres humanos dos outros seres vivos. Ela transmite ideias, sentimentos, emoções e pensamentos de forma articulada, coerente, lógica e inteligível.

Comunicação eficaz abre portas, cria oportunidades, é a chave para a resolução de conflitos e para o sucesso nas negociações. Não se trata apenas de falar bem, mas sim saber se expressar e fazer-se entender. Além disso, é fundamental ser capaz de ouvir, entender e aprender com o outro.

Em meio a tantos recursos tecnológicos, o diálogo acaba sendo deixado para trás. É necessário buscar o equilíbrio, além de interação com a tecnologia, usar o diálogo para aproximar e acolher quem está perto.

A comunicação nos permite resolver conflitos, fazer amigos, conhecer pessoas, crescer profissionalmente e nos desenvolver. Envolve saber ouvir, falar, escrever, ler, interpretar e analisar sinais, comportamentos. Comunicar-se é um aprendizado constante. É necessário desenvolver técnicas para um bom texto, uma boa oratória, mas também acolher e promover o diálogo.

3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ

- Tópico 1: Construindo relações com a comunicação eficaz

A comunicação sempre acompanhou a evolução humana, avançando juntamente com a sociedade, contribuindo para a construção das relações entre as pessoas. Somente a comunicação, não significa sucesso, pois o receptor precisa entender a mensagem que o emissor está comunicando. Caso a mensagem não traga o resultado esperado, podemos dizer que foi gerado o “ruído”!

A comunicação não envolve apenas o que é falado, mas também a forma como a mensagem é transmitida. Sendo dividida entre comunicação verbal e não verbal. Sendo dividida entre, as palavras que usamos (o conteúdo da mensagem), o tom de voz (velocidade, tom, volume) e a linguagem corporal (gestos e expressões faciais).

A comunicação pode ocorrer pelos meios remoto e presencial. Nas comunicações remotas acaba sendo muito mais difícil interpretar as reações do interlocutor, por isso é necessário que se tenha clareza, objetividade e coerência. Nas comunicações presenciais, esteja atento às suas reações e às do outro, reconheça quando

suas emoções e/ou sentimentos o guiarem para uma fala que possa ser interpretada de forma negativa. Pois as emoções e o contexto podem mudar a interpretação do que foi dito.

O corpo fala! Existem três fatores importantes quando falamos sobre inteligência não verbal: uso da tecnologia visual; os avanços científicos que estudam linguagem corporal; a crescente comunicação intercultural e diversificada. As pessoas formam uma opinião a seu respeito nos primeiros segundos. Portanto, puxe os ombros para trás, mantenha a cabeça erguida e o corpo alinhado com o da outra pessoa, além do contato visual para manter a conexão e o sorriso; por fim deixe uma impressão final positiva.

Ouvir é um dos pontos mais importantes da comunicação, pois pode fortalecer ou destruir relacionamentos. Para se tornar um bom ouvinte, você precisa: estar presente, ouvir o que o outro diz e reconhecer essa fala; buscar conexão emocional, ouvir e sentir o que o outro tem a dizer; prestar atenção ao que a pessoa está dizendo, e não se limitar às próprias opiniões pessoais prévias, não se trata de concordar ou gostar de todos, mas de assumir a responsabilidade por seus julgamentos e perceber que sua opinião pode influenciar alguém.

Fazer a pergunta certa no momento certo pode ser a chave para resolver um conflito. Para fazer as perguntas corretas, primeiro você deve ser um excelente ouvinte; tenha a humildade de reconhecer que não sabe algo e perguntar; é preciso estar atento ao tom da voz, ao tipo de pergunta, à sequência e à sua formulação, assim como prestar atenção na linguagem corporal. É importante lembrar que ninguém gosta de ser interrogado; portanto, faça perguntas em aberto para que o seu interlocutor possa discorrer sobre o assunto e saiba ouvir as respostas!

- Tópico 2: Diálogo e o poder de uma boa conversa

Diálogo e comunicação possuem uma relação direta. Há vários tipos de conversa, como o debate, a discussão e o diálogo. No debate existe a preparação dos argumentos; a discussão, é uma conversa que, a partir das divergências, busca o melhor entendimento ou solução sobre o tema. E o diálogo é a conversa que não exige uma preparação de argumentos ou defesa de posições, os interlocutores se falam, sem a interferência de celulares, ligações ou algo que desvie a atenção.

O diálogo requer envolvimento, empatia e atenção. Reconhecer suas crenças, seus valores e princípios, e identificar esses elementos no outro. No diálogo não cabe a imposição de seus julgamentos, desqualificar o que o outro diz. Não é necessário concordar com tudo, mas sim entender o que é dito a você. A humildade também é um

elemento importante, saiba reconhecer que pode ser apenas um desabafo, acolha, tenha empatia e simpatia.

O diálogo pode ser usado como forma de resolução de conflitos, buscar o consenso sobre determinado tema. O pressuposto do diálogo é a autoridade de quem fala, não cabem "verdades", mas percepções individuais sobre determinado assunto, assim não existem certo ou errado, verdade ou mentira. Quando o diálogo envolve mais pessoas, todos devem ter: espaço para a fala; respeito ao que foi exposto; segurança para expor ao grupo as ideias; e a atenção de todos.

A roda de conversa é um método de diálogo organizado que pode ser usado na resolução de conflitos. Nela, todos os participantes têm a oportunidade de se expressar; cada um deve se sentir acolhido, respeitado e seguro para expor as questões; e toda interferência externa deve ser evitada.

Precisamos buscar o equilíbrio, manter nosso desenvolvimento e interação com a tecnologia, mas também estimular e aprimorar o diálogo para aproximar e acolher quem está por perto.

- Tópico 3: Comunicação eficaz escrita: a importância da mensagem

A comunicação escrita possui características que a torna difícil sua execução, especialmente por não conseguirmos colocar entonação no que está sendo dito. Escrever bem é uma necessidade para o mercado de trabalho, pois tudo o que você escreve torna-se um documento, e pode acontecer algo negativo em razão de um erro na comunicação. É necessário conhecer os principais elementos da comunicação escrita. Seguem os cinco tipos de texto mais comuns: Narração, Argumentação, Relato, Exposição e Descrição.

- Narração: é o texto que narra uma situação (contos, poemas etc).
- Argumentação: é a técnica em que você defende um ponto de vista (além de coerência, deve ser utilizado referências bibliográficas, dados e estudos científicos).
- Relato: é o texto com o objetivo de documentar um fato, usado em ata de uma reunião ou o relatório de um trabalho.
- Exposição: esse texto é usado principalmente para fins acadêmicos (utilizado regras e normas de formatação e estilo).
- Descrição: é o texto que prescreve receitas, cria manuais, leis etc.

A estrutura de um texto precisa ter 3 elementos: Introdução (apresentar o problema ou situação e uma consequência), Desenvolvimento (explicar o porquê da situação apresentada na introdução ser um problema e o que o impede de ser resolvido)

e Conclusão (conectar seu raciocínio com as ideias apresentadas anteriormente, reforçando seu ponto de vista sobre o assunto). As produções de texto podem ser feitas em Editores de Texto Simples (ex. *word*), Publicação em *Blogs* e *Sites* (*Markdown*), Textos Colaborativos (*Google Docs*).

A revisão ortográfica é requisito para qualquer texto, um simples erro pode alterar o sentido de uma palavra ou até mesmo frase. Apesar de todos os recursos tecnológicos, é necessário um amplo conhecimento de gramática e ortografia.

Apenas ler um texto não é suficiente, é preciso interpretá-lo corretamente. Algumas habilidades essenciais para a interpretação: 1 - separe o que é fato de opinião; 2 - entender o contexto; 3 - encontrar no texto a ideia principal defendida pelo autor; 4 - distinguir no texto a causa e a consequência.

- Tópico 4: Comunicação virtual

A comunicação virtual se faz cada vez mais presente na vida das pessoas, oferecendo assim diferentes formas de se comunicar no dia a dia. Entre os principais meios de comunicação virtual, estão as redes sociais, como *WhatsApp* (aplicativos de mensagens), *LinkedIn* (rede social profissional, seu objetivo é criar conexões que permitam o seu desenvolvimento e aprimoramento de conhecimentos seguindo e interagindo com profissionais e empresas), *Instagram* (rede essencialmente visual cujo objetivo é divulgar fotos), entre outras.

Tudo o que é escrito on-line fica registrado e documentado, por isso, é fundamental a atenção à linguagem que será utilizada em cada um deles e com cada um dos receptores. É fundamental que essas ferramentas de comunicação agreguem valor à sua vida, caso contrário o correto seria diminuir o tempo de uso ou até evitá-las.

As diferentes gerações têm reações diversas quanto à comunicação virtual. Os mais idosos encontram mais dificuldades, enquanto os mais jovens preferem esta forma de comunicação. É necessário perceber a preferência, o perfil da outra pessoa e identificar o meio de comunicação mais adequado.

Uma postagem ou um comentário feito no calor da emoção pode causar prejuízos por muito tempo, por isso, é fundamental usar as redes sociais com sabedoria, sua reputação é seu maior ativo.

É bom ter uma organização da comunicação. Se você usa *e-mail* corporativo não pode fazer *backup*; se você está se preparando para ser um profissional liberal, organize as informações sobre sua profissão; se tem uma empresa, existe regramento próprio para a guarda de documentos contábeis, fiscais, licenças e documentos legais; já as

comunicações pessoais além de guardar na memória, organize pois é o registro da sua história.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Para a sociedade se manter, ela precisa estar em uma constante troca de informações!

Falar bem em público e se comunicar bem com as pessoas ao seu redor é uma habilidade imprescindível, além de ser um grande diferencial competitivo no mercado de trabalho. Nós nos comunicamos o tempo todo! Atendemos clientes, falamos com diversos tipos de pessoas, conversamos com a nossa família.

Uma das habilidades de um bom comunicador é conseguir traduzir suas ideias para cada tipo de público, sendo claro e conhecendo o tipo de código que o receptor entende. O bom comunicador é também um bom ouvinte, utiliza o tom de voz corretamente, sorri, olha e cativa.

A comunicação pessoal é uma das aptidões mais importantes. Falar bem, seja nas relações pessoais ou nas empresas, é uma habilidade que pode ser aprendida. Uma vez que essa habilidade interfere em tantos âmbitos de nossas vidas, muitas pessoas buscam desenvolvê-la através de cursos, treinamentos e mentorias.

A comunicação é hoje um dos ativos mais importantes que podemos ter em mãos, seja na área pessoal ou profissional. Aqueles que não se comunicam e não buscam entender as necessidades das outras pessoas, ficarão para trás. Se você quer causar um impacto positivo na vida dos outros, então deve trabalhar e muito essa habilidade tão fundamental.

Para que possamos trabalhar um pouco mais essa habilidade, podemos nos atentar a algumas dicas simples:

- Saiba escutar o outro e interpretar textos;
- Pense bem antes de falar;
- Trate o outro como você gostaria de ser tratado;
- Utilize o *rapport*⁴, crie uma ligação de empatia com outra pessoa;
- Leia e se informe sempre mais, assim sempre terá algo a contribuir;
- Fale mais sobre o que você sabe, e pergunte o que você sabe menos;

⁴ *Rapport*, palavra francesa derivada de *rapporter* tem sua definição de algo como “criar uma relação” ou “trazer de volta”, uma ideia vinda da psicologia, usada para representar o método de produzir uma relação de empatia com outro indivíduo, para obter uma comunicação com menos oposição.

- Silenciar também é comunicar, quando no momento não precisamos acrescentar;
- Haja com inteligência, calma, paixão e autoestima!

Seguindo essas dicas simples tanto na linguagem escrita, quanto na falada, surtirá efeitos no campo pessoal e profissional.

TEREMOS FLEXIBILIDADE NAS RELAÇÕES INTERPESSOAIS - Conseguimos filtrar as informações e detectar as que não são importantes. Dessa forma conseguimos entender melhor as pessoas e aumentar a nossa capacidade de estabelecer relacionamentos.

MAIOR CRIATIVIDADE - A criatividade depende da liberdade com que você reage a mudanças, a pessoa criativa tende a resolver problemas com maior facilidade. Se não diversificarmos nossa cultura, ficamos estagnados.

AUTOCONHECIMENTO E AUTOCONFIANÇA - Quem se comunica, se relaciona, lê e entende o mundo. Somente reconhecendo seus pontos fortes e fracos, poderá direcionar melhor suas ações e criar relações mais harmoniosas.

LIDERANÇA - Ela deve ser conquistada e compartilhada. Ser um comunicador no seu espaço organizacional, cria um clima de sinergia entre os membros da equipe, faz com que a transmissão da mensagem se torne a chave do sucesso empresarial.

OPORTUNIDADES PROFISSIONAIS - A única possibilidade de novas oportunidades é fazendo com que os outros saibam que você sabe. Compartilhar conhecimento é um diferencial competitivo!

POSSIBILIDADES DIANTE DOS OBSTÁCULOS - O mundo é se comunicar com nossos semelhantes, sejam eles contato pessoal ou profissional. Entender, ler, falar, se expressar... nos permite conhecer as personalidades e como elas atuam. Conseguindo visualizar antecipadamente etapas para atingir um objetivo; ou resolver problemas.

O vídeo encontra-se disponível no link: https://youtu.be/gc6HKzkd_4g

4. CONCLUSÃO

A comunicação, além de ser um dos meios mais utilizados pela humanidade, é também uma das ferramentas mais importantes e utilizadas para poder conquistar seja: um emprego, amigos, clientes ou oportunidades.

Diante do que foi apresentado, conclui-se que a Rede do Ideal Supermercados sempre buscou desde a sua criação, prestar não somente um bom atendimento aos seus clientes, mas também ser referência em qualidade e prestação de serviço.

A comunicação é uma das ferramentas mais importantes para a sociedade, sendo por meios eletrônicos ou expressos, também por meios verbais ou não verbais. Sendo assim, a rede adota medidas para manter uma boa comunicação com seus clientes e também fornecedores por meio de plataformas digitais e também panfletos com indicativos de preços, buscando proporcionar mais qualidade e conforto.

Sempre contando com uma excelente gestão de colaboradores e profissionais altamente capacitados, a rede de supermercados do Ideal Supermercados conta com um grande portfólio e mais de cinco lojas físicas na região e cresce cada vez mais tanto na qualidade como no atendimento.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Marcela. Rapport: o que é e como usar essa poderosa arma de persuasão a favor da sua empresa. **Resultados Digitais**, 21 mar. 2022. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/vendas/rapport/>> Acesso em 18 Jun.2022.

CAMMAROSANO, M.; SANTOS, F.C.; ROJAS, F.A. Valores relativos ao trabalho de pesquisadores em uma organização Brasileira. **Revista de Administração de Empresas**, ago. 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rae/a/5mF8Xc9Mvw9HNyVctrx9hpC/?lang=pt#>> Acesso em 05 Jun. 2022.

CRISTIANO, Almir. O que é Libras?. **Libras**, 19 mar. 2020. Disponível em: <<https://www.libras.com.br/o-que-e-libras>> Acesso em 05 Jun. 2022.

DESCUBRA QUAIS são os elementos da comunicação escrita. **Compactor**, s/d. Disponível em: <<https://www.compactor.com.br/descubra-quais-sao-os-elementos-da-comunicacao-escrita/#:~:text=Na%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20escrita%20%C3%A9%20representado,ou%20mat%C3%A9ria%20em%20uma%20revista.>> Acesso em 25 Maio 2022.

IDEAL SUPERMERCADOS. **Ideal Supermercados**, s/d. Disponível em: <www.idealsupermercados.com.br> Acesso em 17 Jun. 2022.

IDEAL SUPERMERCADOS. Ideal Supermercados Institucional 2018. **Youtube**. Disponível em: <<https://youtu.be/NHTjoKJo7vw>> Acesso em 18 Jun. 2022.

JOVANA, Samanta. O que é uma Comunicação Eficaz e o que ela pode fazer por negócios?. **Rock Content**, 18 out. 2018. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/talent-blog/comunicacao-eficaz/>> Acesso em 09 Jun. 2022.

LEMOS, Alessandra. A importância da comunicação escrita no ambiente corporativo. **Informe Capesesp**, 08 Mar. 2019. Disponível em: <https://servicos.capesesp.com.br/campanhas/informecapesesp/edicao_8/a-import%C3%A2ncia-da-comunica%C3%A7%C3%A3o-escrita-no-ambiente-corporativo.html> Acesso em 25 Maio 2022.

MELLO, Francisco Homem de. Feedbacks: Quanto mais, melhor. Saiba mais!. **Qulture Rocks**, 23 dez. 2021. Disponível em:

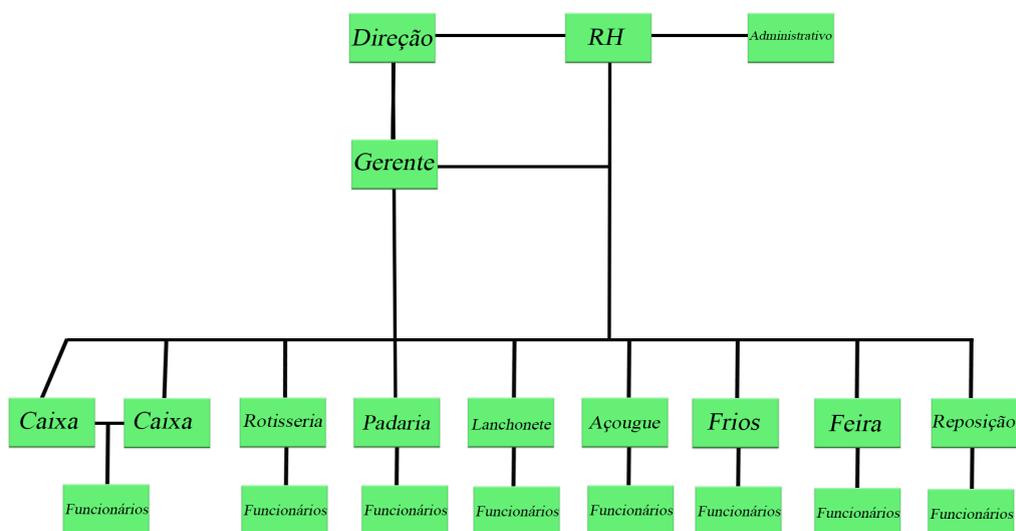
<<https://culture.rocks/blog/feedback-quanto-mais-melhor/#:~:text=Feedback%20%C3%A9%20o%20processo%20no,consequ%C3%Aancia%20os%20resultados%20da%20empresa>> Acesso em 09 Jun. 2022.

PADILHA, Adriano. Emoji. **Significados**, c2011-2022. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/emoji/>> Acesso em 25 maio 2022.

TIPOS DE comunicação: Verbal e oral, escrita e assertiva. **Matérias escolares**, c2019. Disponível em: <<https://www.materias.com.br/portugues/tipos-de-comunicacao.html#:~:text=A%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20oral%20%C3%A9%20a,como%20o%20r%C3%A1dio%20ou%20telefones.>> Acesso em 25 Maio 2022.

ANEXOS

ANEXO A: Organograma empresarial representativo do Ideal Supermercados.



FONTE: Criado pelos integrantes do grupo.

O organograma demonstra a comunicação entre a Direção e funcionários, a comunicação é feita da direção através do gerente e do setor de Recursos Humanos (RH) para os chefes de setor e estes que comunicam os funcionários do próprio setor. Também existe a comunicação direta do setor de RH para todos os funcionários e os chefes de setor.

ANEXO B: Comunicação escrita feita pelo Ideal Supermercados para os clientes, espalhado por todo o prédio da loja de Casa Branca.



FONTE: Foto tirada por um dos integrantes do grupo.

ANEXO C: Foto do proprietário Mário Malagutti (ao centro) e os sócios em comemoração aos 20 anos da rede Ideal Supermercados no ano de 2017.



FONTE: Disponibilizada pelo proprietário Mário Malagutti.

ANEXO D: Foto da loja matriz do Ideal Supermercados em Casa Branca-SP.



FONTE: Disponibilizada pelo proprietário Mário Malagutti.

Atualmente a rede do Ideal Supermercados completa 25 anos de existência. Em comemoração aos seus completos 20 anos, foi realizada uma grande promoção e para sua divulgação que foi feita em diversos canais de comunicação e entre eles um vídeo promocional, contando um pouco sobre a história e seus valores do Ideal Supermercados até o ano de 2018. O vídeo está disponível através do link: <https://youtu.be/NHTjoKJo7vw>