



UNIFEOB

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS**

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

PROJETO INTEGRADO

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

MAGAZINE LUIZA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

MAGAZINE LUIZA

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

LARISSA DOS SANTOS FONSECA DE PAULA, RA1012021200478

BRYAN FLORENCO DOS SANTOS, RA 1012022101311

MARCELA PAULA DE CASTRO SERAFIM RA, 1012020200005

MAURO JERÔNIMO DO CARMO RA, 1012022100113

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

SUMÁRIO

MAGAZINE LUIZA	0
MAGAZINE LUIZA	1
1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	6
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	10
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ	12
3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ	12
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	15
4. CONCLUSÃO	16
REFERÊNCIAS	17

1. INTRODUÇÃO

O Magazine Luiza é uma empresa visionária se tornando uma das maiores empresas de redes varejistas do Brasil. As ações da mglu3 tiveram uma das maiores valorizações da bolsa de valores dos últimos anos. Em 2020 as ações da mglu e de 89,87%. A companhia está presente em 1,1 mil lojas físicas distribuídas em 18 estados brasileiros e conta com 5 endereços eletrônicos de vendas além do APP Magalu. O Magazine Luiza tem o segundo marketplace do Brasil ficando apenas atrás do Carrefour. Em 2020 a Magali anunciou o seu programa de treinos para 2021 somente para negros com mais de 22,5 mil inscritos com a seleção de 19 pessoas. No Magazine Luiza o funcionário trabalha muito com o setor digital e sempre individualmente muito pela característica da loja, mas sua gestão preza muito pelo bom relacionamento de seus funcionários e pela formação e interação de sua equipe.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Magazine Luiza: Magazine Luiza S/A, pessoa jurídica de direito privado, com sede à Rua Voluntários da Franca, 1465 – Centro – Franca – SP, CEP 14400-490 e inscrita no CNPJ sob o nº 47.960.950/0001-21. Com sede em FRANCA, SP, possui 55 anos, e foi fundada em 24/10/1966. A sua situação cadastral é ATIVA e sua principal atividade econômica é Lojas de Departamentos Ou Magazines, Exceto Lojas Francas (Duty Free)

Sobre Magazine Luiza **Sigla:** MGLU3

Tipo: Ações

Setor: Consumo e Varejo

Receita Líquida R\$ 35,78 B

Lucro Líquido (LL) R\$ 170,72 M

Margem Líquida 0.47%

Ebitda R\$ 863,06 M **Margem Ebitda** 2.41%

Ativo Total R\$ 33,76

3. PROJETO INTEGRADO

A empresa Magazine Luiza preza pelo modelo mecânico, onde cada setor tem sua divisão de trabalho especializada, obtendo um formato de pirâmide entre as comunicações em seus setores. A organização para atingir seus objetivos busca ensinar a cada colaborador sua missão, visão, valores, algumas estratégias para conquistar seus clientes e sempre tentando inovar com tecnologias que aparecem. Com isso as consequências comportamentais são positivas nos desempenho individual e em equipe, satisfação de dever cumprido ao baterem as metas, bom relacionamento no ambiente de trabalho e tendo pouco conflitos entre colaboradores.

A liderança é democrática, pois o magazine entende que cada um dentro da empresa é importante independente do seu cargo, qualquer setor tem o direito de falar sua opinião. Por focar muito no resultado do trabalho, seja em equipe ou individual, podemos analisar que o magazine tem uma liderança centralizada na produção. Uma motivação são as metas tanto individual e em equipe, assim o colaborador tem ânimo e força de vontade pra ganhar a premiação das metas atingidas.

A base motivacional pros colaboradores são: investir no desenvolvimento, oportunidades de crescimento na carreira, valorizar pontos fortes, treinar uma boa comunicação clara e objetiva e sempre dando um feedback sendo ele positivo ou negativo.

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

O comportamento humano pode ser caracterizado por um impulso interno que nos leva à ação e parte de uma interação entre a pessoa e o ambiente. Todos os seres humanos têm as suas próprias motivações, advindas dos seus valores e crenças, o que não é diferente na vida profissional.

Nas lojas Magazine Luiza a comunicação é um fator-chave para o trabalho em equipe, por meio dela, conseguem identificar problemas, propor soluções, fazer sugestões, tirar dúvidas, pedir ajuda e compartilhar conhecimentos. Assim é possível enxergar os dois fatores de motivação e analisar os comportamentos de cada colaborador de forma integrada, harmoniosa e conjunta. Os gestores avaliam a equipe de forma intrínseca e extrínseca pois fazendo essa mescla conseguem chegar a um resultado onde superam as dificuldades e diminuem a maioria dos atritos entre a equipe.

Sendo assim, o profissional realiza a tarefa que lhe foi determinada pelo gestor com prazer e satisfação na maioria das vezes, sem que se perca a dedicação e qualidade de seu trabalho. Por isso é uma empresa de muito sucesso no mercado, pois sempre está inovando os meios de trabalho com muita seriedade e respeito com cada colaborador. Esse valor agregado em sua gestão comportamental gera o mais próximo do ambiente ideal de trabalho.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

O Magazine Luiza tem uma equipe bem alinhada, na qual todos se ajudam e os mais novos se adaptam rápido.

Sempre incentiva o trabalho em equipe e dão vários auxílios (vale transporte, vale alimentação, plano de saúde, ajuda nos estudos), pois cada colaborador é importante para o funcionamento da empresa.

Realiza campanhas quem atingir as metas de vendas ganha premiação(dinheiro, viagem internacional e nacional, carro, moto)

A empresa está crescendo muito, comprou marcas pra venda no site e retirar em loja , criou o magalu prós MEI vender no site, assim dando variedade dos vendedores baterem suas metas

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

No Magazine não tem dificuldade em trabalhar em equipe, pois quando tem algum conflito ou algum colaborador está com problema na empresa ou pessoais, o gerente da folga e dependendo do caso passa em psicólogo ou tenta resolver da melhor maneira pra deixar um ambiente mais saudável.

Para ajudar com o clima organizacional, toda segunda-feira tem o rito da comunhão, ou seja, os colaboradores entram às 8 horas, tomam café da manhã juntos, tem dinâmica, palestra, cantam o hino da empresa e hino nacional. As quartas-feiras tem um minicurso de meia hora para melhorar o relacionamento e as vendas. As quintas-feiras tem o TV Luiza, workplace e work chat, onde ficam por dentro das notícias de toda filial.

Quando tem algo diferente ou uma opinião de um colaborador e vão colocar em prática o gerente passa pra loja toda e no final dão o grito de guerra.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

Uma das coisas mais importantes e buscadas dentro das empresas é uma comunicação eficaz. Ela não está ligada apenas ao fato de saber dizer algo a outras pessoas, mas em fazer com que o outro lado entenda aquilo que é dito, sem que haja qualquer tipo de má interpretação. É dever de quem está se comunicando assegurar que sua mensagem seja compreendida de forma clara e objetiva.

Uma comunicação eficaz em uma empresa pode ser entendida como aquela que transforma a atitude das pessoas. Se a comunicação apenas muda suas ideias, mas não provoca nenhuma mudança de comportamentos, então ela não atingiu seu resultado. Quando falamos em comunicação eficaz, estamos falando daquela que atinge com efetividade seu objetivo, que é transmitir uma mensagem com clareza.

Mas tão necessário quanto saber se comunicar é saber ouvir, retribuir com a devida atenção para quem está falando e interpretar a mensagem transmitida, pois a comunicação pode causar grandes efeitos na vida de uma pessoa, pois através dela é possível conseguir um bom emprego, uma promoção para o cargo desejado, ter uma boa produtividade na empresa, construir relacionamentos duradouros com as pessoas, e, além de tudo, uma grande satisfação pessoal e realização profissional. Dentro de vários tipos de comunicação temos uma ferramenta bastante importante e muito utilizada pelas empresas é o feedback. Através dele o profissional pode saber como anda a sua conduta na empresa, se o seu modelo de gestão está trazendo resultados. Para algumas pessoas, é difícil aceitar suas dificuldades e demonstrar aos outros muitas vezes por temer o que os outros vão dizer e por não ter conseguido dar o seu melhor. Quem aplica o feedback, também não é muito diferente, pois alguns temem em dá-lo e serem mal interpretados ou com medo da reação de quem o recebeu, nunca se sabe em que estado emocional se encontra o indivíduo e tão pouco seus problemas pessoais, que podem afetá-lo de diferentes maneiras, como no seu rendimento na empresa e nos suas atividades e relacionamentos fora dela. A comunicação exerce um papel fundamental, pois é a chave que pode abrir as portas para novas oportunidades.

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

A comunicação escrita é indispensável para um desempenho eficiente, muitas vezes, não será apenas presencial e boa parte dos contatos é realizada por meio de e-mails. Por isso é importante elaborar mensagens para que a comunicação escrita seja transmitida de maneira eficiente já que ao contrário da comunicação verbal ficam registradas e podem ser usadas como fonte para consultas futuras por um longo tempo. Além disso, deve-se ter atenção ao uso de pontuação e normas gramaticais, e também cuidado com a apresentação visual da mensagem. O texto deve ser claro e direto, e usar linguagem apropriada para evitar erros ou mal-entendidos. Um dos principais pontos da comunicação escrita são:

Clareza - Focar o que realmente importa, escreva sempre de forma clara e compreensível, para que seu texto não gere dúvidas.

Concisão - comunicação sem rodeios colocando sua necessidade ou seu ponto de vista.

Tom - O tom é a voz da sua escrita, o uso do tom adequado não significa um excesso de formalidade.

Voz ativa - Adote preferencialmente a voz ativa e use a voz passiva com cautela.

Gramática e pontuação - Sempre que redigir qualquer material, revise todo o texto antes de enviá-lo. Uma vírgula mal colocada ou mesmo a ausência desse sinal de pontuação pode mudar totalmente o sentido de uma frase.

O Magazine Luiza tem como regra comunicar os passos importantes da companhia com antecedência aos seus colaboradores. Para isso, faz uso de seus veículos de comunicação interna de forma digital (Portal Luiza, Rádio Luiza e TV Luiza) figura 1 e dos momentos coletivos instituídos (Reunião Matinal, Rito de Comunhão, entre outros).

O Portal Luiza (intranet) foi lançado em 2005 e nestes nove anos passou por algumas reformulações. O site é atualizado permanentemente, ao longo do dia, com registro

médio de 2 milhões de acessos à página inicial por mês. É a principal fonte de informações, notícias e procedimentos que auxiliam o colaborador no desempenho de suas funções.

É também um importante espaço para que o colaborador expresse sua opinião, seja por chats, fóruns, enquetes, comentários em notícias ou pesquisas, sugestões.

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

A importância da comunicação para uma organização, necessário que os dois tipos de comunicação, formal e informal, sejam avaliados com atenção, Através da utilização destes dois tipos de comunicação em uma empresa, podemos perceber a eficácia de cada um, e os obstáculos a serem enfrentados, para conduzir da melhor forma os fluxos comunicacionais.

A comunicação formal é a comunicação endereçada através dos canais de comunicação existentes no organograma da empresa, é derivada da alta administração. A mensagem é transmitida e recebida dentro dos canais formalmente estabelecidos pela empresa na sua estrutura organizacional. É basicamente a comunicação veiculada pela estrutura formal da empresa, sendo quase toda feita por escrito e devidamente documentada através de correspondências ou formulários.

Já a comunicação informal, é aquela desenvolvida espontaneamente através da estrutura informal e fora dos canais de comunicação estabelecidos pelo organograma, sendo todo tipo de relação social entre os colaboradores. É a forma dos funcionários obterem mais informações, através dos conhecidos boatos e rumores. 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.

Como foi mencionado anteriormente, um dos meios de comunicação na empresa é a Rádio Luiza com uma programação, orientada por pesquisa de satisfação entre

colaboradores, é executada nas lojas e centros de distribuição durante todo o período de trabalho. Também utilizam Canal 900 que promove a integração dos colaboradores do Escritório de Negócios de São Paulo, com animação sem áudio, o canal transmite continuamente notícias internas, agenda cultural de São Paulo, informações sobre trânsito e clima, dicas de saúde e bem-estar e o Disque-Presidência é mais um canal de comunicação que possibilita a todo colaborador, se desejar, denunciar práticas em desacordo com os valores da empresa. A própria presidente, Luiza Helena Trajano, e a diretora de Gestão de Pessoas, Telma Rodrigues, analisam as denúncias com o objetivo de fazer prevalecer a justiça, a ética e a valorização da equipe. O sigilo é garantido e nenhum colaborador sofre pena, punição ou retaliação por denunciar práticas de má-fé ou lesão ao patrimônio da empresa. Com este canal, todos são convidados a manter a política de transparência e diálogo aberto.

Com **reuniões matinais** todos os dias antes da abertura de cada uma das lojas da empresa, são feitas reuniões de alinhamento para busca dos resultados, é feito um resumo do dia anterior e são combinadas as estratégias e metas para o dia. Todos têm o direito de sugerir, fazer propostas e manifestar seus sentimentos. A reunião tem duração máxima de 20 minutos. Além dessas reuniões matinais utilizam do **Rito de Comunhão**, é realizado todas as segundas-feiras pela manhã em todas as unidades da companhia, com a coordenação dos próprios colaboradores, que se dividem através de uma escala de apresentações. Os colaboradores têm a oportunidade de compartilhar um momento de integração e motivação que faz jus à premissa de valorização das pessoas em primeiro lugar, tão cultivada e difundida no Magazine Luiza.

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

Para termos uma melhor compreensão e relacionamento entre as pessoas, a comunicação exerce uma importância fundamental. É através dela que obtemos e damos informações uns para os outros. A comunicação é o envio de uma mensagem e os seus aspectos, entre emissor e receptor. Em um envio e recebimento de uma mensagem, temos como interlocutores os elementos de um diálogo: O emissor é aquele pelo qual a mensagem é realizada e enviada. O emissor é o falante inicial de alguma mensagem dentro de um diálogo. Ele realiza a ação de iniciar alguma conversa ou responder algum determinado tema.

O receptor é aquele para o qual o emissor enviou a sua mensagem. Ele é o responsável por ouvir o que o emissor acabou de pronunciar.

A mensagem é o conteúdo que foi enviado pelo emissor. Dentro da mensagem está a ideia pela qual o emissor quer se expressar.

3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ

A comunicação eficaz, não é como à primeira vista pode parecer, um ato em que o emissor e receptor se envolve numa mensagem, com resultados claros e objetivos para ambos. O emissor pode ter claramente em vista um objetivo em sua mensagem, em que o emissor concorda, os dois podem se comportar de maneira diferente, como se tivessem mensagens diferentes. A eficácia do desempenho comunicativo não é a mesma coisa que a eficiência do encontro comunicativo. Sendo que duas pessoas podem ser eficientes, mas o resultado em si de um encontro de comunicação pode ser desastroso. Analisando, pode-se perceber que o produto a se comunicar, o desempenho do emissor, com suas habilidades, integram o processo de se comunicar. A eficiência comunicativa deve ser vista como potencialidade, de um lado, do emissor, de afetar outros, de modo a fazê-los seguir suas intenções e também o potencial para ser afetado pelos outros, de forma que sejam vantajosos para si ou para sua organização; de outro modo, o

desenvolvimento das aptidões de alguém para receber a comunicação é tão importante como o desenvolvimento das aptidões de alguém para se comunicar.

- Construindo relações com a comunicação eficaz

É pela comunicação que aprendemos quem somos. Há diferentes caminhos para fazer contato com as pessoas, utilizamos formas verbais e não-verbais para nos comunicarmos e essas formas são os canais por onde passamos aos outros nossas mensagens. Muitas formas de comunicação podem ser usadas para satisfazer as necessidades, mas determinadas formas são melhores do que outras. Por exemplo, uma foto é a melhor forma de representação de aspectos visuais, as palavras são fundamentais no processo de comunicação. Esse tipo de comunicação diz respeito aos contatos com os outros, que pode ser realizada diretamente ou por meio de aparelhos tecnológicos como o telefone com a intenção de que se estabeleça a comunicação entre os indivíduos.

- Diálogo e o poder de uma boa conversa

O simples fato de falar hoje em dia vem se tornado cada vez mais difícil. Nunca foi tão necessário falar sobre diálogo e discordância de opiniões. É completamente plausível ter visões diferentes e entender que existem vários lados. A democracia está fortemente ligada ao diálogo por se tratar de liberdade de expressão, sem julgamento e sem certo ou errado, apenas duas visões diferentes debatendo para que o outro possa de certa forma entender (podendo ou não concordar) o outro lado ou pelo menos saber o porquê ele existe. Aprendemos em casa a não discutir sobre política, religião e futebol, temas que envolvem crenças e convicções. Aprendemos que ao tocarmos nestes assuntos, precisamos convencer o outro de que ele está errado e nós certos. Quando não compreendemos algo colocamos em uma caixa junto com coisas similares também não compreendidas e rotulamos. Rótulos não descrevem idéias, apenas fazem generalizações. O exercício do diálogo com maturidade implica

disposição em ouvir com inteireza, por completo. Deixar o outro explicar coisas que até para ele não estão claras. Ele permite que o pensamento individual se torne coletivo, podendo inserir pessoas, situações que não faziam parte por algum motivo, seja por não ter visto outro ponto de vista ou não ter compreendido seu lado.

- Comunicação eficaz escrita: a importância da mensagem

A boa comunicação é fundamental para o sucesso de qualquer organização. Afinal, ela está presente em todos os momentos do nosso dia-a-dia, com um foco: a transmissão da mensagem a um receptor. Transmitir mensagens de maneira adequada é uma das ferramentas essenciais para o sucesso de uma organização, de um indivíduo, de uma nação. Afinal, as pessoas precisam ser compreendidas. Por essa razão, as organizações estão tentando, cada vez mais, flexibilizar as comunicações e facilitar o fluxo das informações entre seus colaboradores. Esta é uma forma de obterem sucesso, pois a linguagem e a boa comunicação são símbolos de poder e autoridade.

- Comunicação virtual

A chegada da tecnologia da informação à realidade das pessoas fez aumentar a capacidade e a qualidade dos recursos técnicos de distribuição de informação e conhecimento. Isso afetou a vida das pessoas e, também, de muitas organizações. A grande questão que se levanta é a conectividade das máquinas. As comunidades virtuais não são apenas a união de máquinas mas a conexão de pessoas, ou seja, a multiplicação das oportunidades de contato. A Internet é simplesmente pessoa (cada ser humano é uma parte dela), um reflexo da própria sociedade. O maior mérito da Internet é a comunicação – o seu poder é fantástico, chegando a ser assustador. Isso porque, nem sempre podemos ter certeza da existência das pessoas, empresas ou eventos no mundo virtual.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

No conteúdo do vídeo fizemos um bate papo com perguntas e respostas sobre as nossas dificuldades no dia a dia, sobre como nos comunicamos sendo bom ou não receptores, lidando com feedbacks positivos e negativos e mostrando onde podemos melhorar como bons ouvintes.

<https://youtu.be/oOYjcSXgimc>

4. CONCLUSÃO

Este estudo ressalta a relevância da marca Magazine Luiza, O sucesso se deve ao esforço e à dedicação de centenas de pessoas que, ao longo de mais de 50 anos, prestaram seus serviços com o objetivo de fazer a empresa crescer. Por maior que fosse o mercado, o investimento, a procura do consumidor por tais produtos, nada disso seria possível sem a força destas pessoas. E o que a empresa faz nada mais é do que manter funcionando a ferramenta que dá força para este negócio: as pessoas.

REFERÊNCIAS

<https://blog.abcontent.com.br/marketing-digital/comunicacao-escrita-qual-a-importancia-para-as-empresas/>

<https://endomarketing.tv/canais-comunicacao-interna-magazine-luiza-progicast/>

<https://integracao.com.br/comunicacao-escrita-eficaz-nas-empresas/>

<https://ml-site.magazineluiza.com.br/quem-somos/jeito-luiza-de-ser/>

https://servicos.capesesp.com.br/campanhas/informecapesesp/edicao_8/a-import%C3%A2ncia-da-comunica%C3%A7%C3%A3o-escrita-no-ambiente-corporativo

https://www.google.com/search?q=portal+luiza&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjYvNm577X4AhUNgbkGHan2B6AQ_AUoBHoECAEQBg&biw=1094&bih=504&dpr=1.25

ANEXOS

1.

