



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS
CONTÁBEIS**

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

COCA-COLA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS
CONTÁBEIS**

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

COCA-COLA

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFA.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFA. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

Alice Beatriz Vicente da Silva, RA: 1212022101028

Érica Hashimoto dos Santos, RA: 1012022100386

Gabriel Trinca de Marchi, RA: 1012022100175

Jennifer Caroline Justino Pereira, RA: 1012022100209

Jéssica Aparecida Parca da Costa Arofo, RA: 22100316

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 |
| Os 3 fatores que influenciam o comportamento humano nas organizações: | 6 |
| 3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE | 8 |
| 3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO | 10 |
| 3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA | 11 |
| 3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL | 14 |
| 3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ | 16 |
| 3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA | 24 |
| 4. CONCLUSÃO | 25 |
| REFERÊNCIAS | 26 |
| ANEXOS | 29 |

1. INTRODUÇÃO

Neste projeto abordaremos a importância de uma boa comunicação e seus desafios entre as equipes. A comunicação é conceituada como uma das mais importantes habilidades necessárias para o bom relacionamento, seja ele pessoal ou profissional.

Para que uma organização siga para uma mesma direção e alcance seus objetivos é indispensável uma comunicação eficaz, sendo elemento fundamental para o sucesso.

Apresentaremos os fatores importantes para a construção de uma escrita eficaz, mostrando os pontos principais e lembrando sempre que a mensagem deve ser clara e muito direta atingindo assim o seu objetivo. Será apresentado também neste projeto a eficácia na comunicação oral, sendo ela formal ou informal mostrando suas principais diferenças e onde elas serão melhor usadas para cada situação.

A Coca-Cola Andina é a produtora e distribuidora licenciada pela The Coca-Cola Company no Brasil, Argentina, Chile, e Paraguai, ela conta com 8 mil funcionários que fazem parte dos 20 mil funcionários espalhados pelo mundo.

Inicialmente a empresa adota uma organização mais tradicional no que se referia a comunicação interna, utilizava, quadro de avisos, painéis, revistas, jornais e intranet.

Para conquistar o real engajamento dos seus colaboradores a Coca-Cola Andina adotou o MktZap, que é uma plataforma que unifica os canais digitais da empresa em um mesmo painel.

Por isso a empresa Coca-Cola Andina deu seu primeiro passo rumo a uma interação mais próxima e implantou o WhatsApp na comunicação interna e com o auxílio do Mktzap a empresa tornou a comunicação de um modo mais humanizado e assim conseguindo alcançar resultados surpreendentes.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Razão Social: COCA COLA Industrias Ltda

Nome Fantasia: COCA COLA

Sede(Brasil): Rio Janeiro/ RJ

CNPJ: 45.997.718/0001-53

Fundada: 18 de abril 1942 (BRASIL)

Fundador: Asa Griggs Candler, com a primeira empresa fundada na cidade de Atlanta, Geórgia/ EUA

Presidente: Henrique Braun

Faturamento: US\$ 41,863 bilhões (2016)

Tipo: Capital Aberto

Atividade: Bebidas

Principais Produtos: Refrigerantes, sucos, água mineral, energéticos, chás, bebidas esportivas.

Concorrentes Diretos: Pepsi e Guaraná Antártica.

Website: <https://www.coca-cola.com.br/>

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES.

O comportamento organizacional é um campo de estudo em que o impacto de indivíduos, grupos e estruturas vem investigando o comportamento dentro das organizações, para que seja feita uma análise, para aplicar este conhecimento para melhor eficácia de tais organizações.

É um estudo onde a base de conhecimento é constantemente atualizada, com uma grande quantidade de pesquisas e desenvolvimentos conceituais. Mas também é uma ciência aplicada, já que as informações sobre práticas eficazes em uma organização podem ser estendidas a muitas outras. É um campo de estudo pois é uma especialidade delimitada e com um conjunto comum de conhecimentos que estuda três determinantes do comportamento das organizações: indivíduos, grupos e estrutura, seja em particular ou em um grupo na empresa, cada comportamento pode afetar o resultado de todo um conjunto. O estudo do comportamento humano nas organizações ajuda a aumentar nossa capacidade de entender a forma de agir de cada uma das pessoas.

Aplicando o conhecimento obtido sobre indivíduos, grupos e o efeito da estrutura no comportamento, diante dos estudos obtidos com o objetivo de melhor funcionamento nas organizações. O comportamento organizacional está diretamente ligado ao interessado em situações que dizem respeito ao emprego. Estudos realizados por Chester Barnard mostraram que as pessoas se comportam de maneira diferente quando estão em sua função organizacional e quando atuam separadamente dentro da organização.

Os pesquisadores de comportamento organizacional estudam o comportamento dos indivíduos principalmente em suas funções organizacionais. Um dos principais objetivos do comportamento organizacional é "revitalizar a teoria organizacional e desenvolver uma melhor conceituação da vida organizacional".

De acordo com Maslow, propôs uma hierarquia de necessidades publicado em 1943, segundo Maslow, um indivíduo só sente o desejo de satisfazer a necessidade de um próximo estágio se a do nível anterior estiver sanada, portanto, a motivação para realizar estes desejos vem de forma gradual.

Existem 3 fatores que são os principais responsáveis por determinar os comportamentos.

Os 3 fatores que influenciam o comportamento humano nas organizações:

1. **Valores:** são as crenças e os aprendizados adquiridos ao longo do tempo. Esses fatores são determinantes para as atitudes dos indivíduos na sociedade;
2. **Motivos:** o que motiva cada indivíduo? Quais as necessidades que consideram mais importantes? São as respostas a essas perguntas que movem as pessoas e justificam seus comportamentos;
3. **Modelos mentais:** cada pessoa constrói um significado diferente para cada experiência. Apesar de duas pessoas passarem por uma mesma situação, elas têm reflexos diferentes sobre elas. Essa é a ideia passada pelos modelos mentais, que podem ser definidos como a base da experiência ou da cultura pessoal de cada um.

Para a compreensão das ações e atitudes das pessoas no ambiente organizacional, os estudiosos dessa área buscam conceitos e métodos das ciências comportamentais, tais como: psicologia, sociologia, ciência política e antropologia, dentre outras. O comportamento organizacional é estudado em três níveis. Todo indivíduo chega à organização com suas expectativas, necessidades, valores etc. (comportamento individual) e passa a pertencer a um grupo de trabalho (comportamento grupal) dentro da organização. Esses grupos interagem e formam o todo (comportamento de toda a organização).

Entendendo que as pessoas reagem e se comportam de diferentes maneiras e em situações, que como seres humanos somos extremamente complexos e, portanto, não se pode generalizar comportamentos, talvez o maior desafio esteja na compreensão dos fatores situacionais, no estudo sistemático das relações e, principalmente, no entendimento de que o estudo do comportamento humano é científico e não um senso comum, como alguns pensam.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

A maior parte do trabalho realizado na Coca-Cola e em muitas organizações é realizado de forma colaborativa por equipes. O aprimoramento do trabalho em equipe vem sendo, cada vez mais, adotado entre as empresas, pois essa forma de trabalho traz grandes benefícios, tanto para a empresa quanto para os colaboradores, entre eles estão: redução de custos, melhoria no clima organizacional e aumento da produtividade e engajamento da equipe. A atuação coletiva aumenta ainda mais o desempenho dos funcionários e favorece a construção de um ambiente colaborativo.

A Coca-Cola desde 2010 tem uma plataforma que se torna a principal plataforma de impacto social do ICCB, com objetivo da iniciativa é colaborar para o jovem planejar seu caminho rumo ao primeiro emprego, empoderar e gerar renda para jovens de 15 a 25 anos.

A Coca-Cola já está no mercado há 125 anos e utiliza a criatividade como diferencial competitivo. Essa estratégia cria laços emotivos e de identificação com seus consumidores, mas sempre reforçando a posição dos produtos como ícone de felicidade na vida das pessoas.

E é por meio de seus inúmeros benefícios oferecidos aos colaboradores que eles conseguem reter seus talentos e diminuir a alta rotatividade. E é por isso que a Coca-Cola é considerada a empresa referência.

Tudo isso contribui para que os colaboradores se sintam motivados a executar suas tarefas com qualidade e empenho, o que impacta diretamente nos resultados da empresa.

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

Sabemos que uma das características para se ter, é o trabalho em equipe. Isto vem sendo trabalhado em todas as etapas desde a escola, passa pela faculdade e está presente em praticamente 100% das vagas de emprego anunciadas, além de estar em quase todos os “requisitos” definidos pelas empresas em seus anúncios de vagas de trabalho. Mas a maioria delas nos dá o conceito de que trabalho em equipe é quando um grupo de pessoas faz um esforço coletivo para alcançar um mesmo objetivo, por obrigação ou não. Porém muitas das vezes, nos enganamos. Mantemos um bom relacionamento com as pessoas, utilizamos as palavras da melhor maneira possível e por isso ficamos com a impressão de que somos ótimos em trabalho em equipe, mas na maioria das vezes não confiamos no trabalho de ninguém, tanto por receio de algo que possa ter se passado anteriormente. Uma das maiores dificuldades de realmente se trabalhar em equipe:

- **CONFIANÇA:** esse é o ponto mais difícil, pois teremos um grupo de pessoas e as tarefas serão distribuídas entre eles e você terá que confiar que o seu colega irá elaborar um trabalho tão bom quanto se você mesmo o fizesse. Demonstrar confiança no trabalho das pessoas e mostrar o seu comprometimento fará com que você não só ganhe um espaço maior na equipe, como também desperta um sentimento de que todos são responsáveis pelo resultado final. As vitórias ou as derrotas serão de todos.

- **RESPEITO:** o respeito passa por muitos aspectos do trabalho em equipe. Pessoas diferentes desenvolvem trabalhos de maneiras diferentes, isso não quer dizer que o desenvolvimento está errado. Aprenda a respeitar não somente o processo, mas os resultados que cada um obtém. Você não precisa aceitar nada mau feito, mas aprenda que cada um tem o seu jeito. Se for uma pessoa mais experiente, cuidado! Você pode estar agindo como se soubesse tudo, sem enxergar o quanto o seu estagiário pode contribuir. E se você é gestor, cuidado duplo! A sua equipe deve trabalhar juntamente com você, você não é uma estrela acima de todos. Ah, e sobre respeito, espero não ter que citar que pessoas que verdadeiramente trabalham em equipe respeitam opiniões de pessoas independente de gênero, raça, etc.

- **COMUNICAÇÃO:** se comunicar de forma clara e objetiva é primordial para se relacionar com outras pessoas. Aprender a escutar e falar na hora certa. Escutar nem sempre é fácil. Muitas vezes nosso cérebro já está avançado na conversa e temos a impressão que já sabemos o que a pessoa vai falar, e tomamos a infeliz atitude de interromper. Aprenda a escutar como um todo e entenda o que o outro está te dizendo. Compreenda, pratique a sua empatia e quando for falar, seja claro, não enrole no discurso, não seja ríspido, saiba discordar das pessoas de forma a expor o seu ponto de vista. Se é de uma área técnica e está conversando com uma pessoa com menos conhecimentos específicos, limite o “tecniquês” ao essencial, aprenda que determinados termos devem ser utilizados com profissionais da área. Explore mais o seu vocabulário com pessoas que não compreendem esse linguajar.

- **COMPROMETIMENTO E PRÓ-ATIVIDADE:** nenhum trabalho em equipe irá funcionar sem comprometimento e pró-atividade dos colaboradores. São características que sempre serão sentidas pelo time durante o desenvolvimento de um trabalho. Quando cada membro busca a maior qualidade possível em suas entregas, estando atento ao objetivo a ser atingido, sempre disposto a ajudar e a resolver os problemas juntamente com o time, quando trabalhamos para o nosso sucesso e para o sucesso do outro, saímos do status de grupo e passamos a ser uma equipe.

- **HUMILDADE:** a humildade está diretamente ligada à confiança e ao respeito. Entender que alguém tem um destaque maior e não se ressentir com isso também é trabalho em equipe. Pessoas são diferentes, isso não quer dizer que todos terão o mesmo nível de exposição, por isso dentro de uma equipe quase sempre há um craque, alguém que se destaca. Pode ser que seja você, pode ser que não. Se for você, o desafio é ser humilde mesmo sabendo disso. É valorizar de forma sincera o trabalho de seus colegas e fazer com que todos entendam que é parte importante do time. Se você não é essa pessoa, deve entender que todos são importantes em uma equipe, e que cada um tem um papel que deve ser desenvolvido.

- **FEEDBACK:** uma equipe não nasce do dia para a noite. Erros acontecem, conflitos acontecem, as pessoas possuem egos a serem balanceados e opiniões a serem discutidas.

Aprenda a dar e receber feedback. Quando for dar um feedback saiba pontuar quais são os problemas e o que pode ser corrigido. Nunca leve para o pessoal,

mantenha-se fiel a fatos e dados. Entenda que quem recebe o feedback não precisa obedecer ao que você diz que está errado. Saiba que a pessoa só mudará o que fizer sentido para ela.

Atualmente são valorizados muito o feedback entre gestores e colaboradores, mas a conversa entre pares, pessoas que estão trabalhando juntas, é tão importante quanto, já que, no dia a dia, são essas pessoas que interagem conosco.

Na Coca-Cola são realizados Planos de Desenvolvimento que fortalece as competências de liderança, funcionais e técnicas, com o objetivo de determinar que formação é mais adequada para cada um, realizando assim diagnósticos para detectar necessidades com entrevistas comportamentais, experiências, processos de colaboração como feedback, acompanhamentos, mentoria e coaching, assim como de treinamento de síncrono e assíncrono.

E com isso podemos observar que a Coca-Cola para que esse problema não venha acontecer com o mínimo de ocorridos possível com esse problema em trabalho em equipe.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

A comunicação e expressão não é somente aquilo que se transmite mas aquilo que o outro interpreta também ou seja, quanto maior a clareza, melhor a compreensão do que se comunica, sendo fundamentais os seguintes elementos:

Emissor - quem emite a mensagem.

Receptor - quem recebe a mensagem.

Canal - meio pelo qual a mensagem é transmitida.

Mensagem - assunto tratado.

Feedback - código comum aos interlocutores.

Contexto - circunstância/momento.

Dentro do local organizacional é importante ter pessoas capacitadas para exercer esse papel e sua função, dando representatividade a um bom líder que compreenda as situações, sabendo se comunicar para não ser mal interpretado.

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

A importância da comunicação escrita para as empresas. A comunicação empresarial é fundamental não apenas no marketing do produto da empresa, mas também no dia a dia corporativo. A utilização da comunicação escrita no cotidiano profissional é importante para o registro de diversas ações realizadas e também para transmitir informações de modo mais amplo e completo.

Dentro do contexto organizacional, a linguagem tem o papel de instrumento de trabalho, sendo necessária para cumprir tarefas e manter a ordem dentro da empresa. A linguagem escrita tem como finalidade preservar detalhes de um processo comunicacional. Ela funciona como um registro daquilo que foi acordado e do conhecimento que é transmitido de um lado para o outro.

As formas de comunicação escrita organizacional são diversas, e podem ser organizadas de três maneiras.

A primeira maneira seria de dentro para fora da empresa, ou seja, quando a instituição se comunica com agentes externos, como clientes ou fornecedores.

A segunda maneira é o oposto da primeira, ou seja, quando a comunicação escrita ocorre de fora para dentro (por exemplo, quando pessoas se comunicam com a empresa).

A comunicação escrita é importante pelo simples fato de se tratar de uma das formas mais tradicionais de transmitir conhecimentos e interagir com pessoas.

Mesmo em um mundo repleto de soluções comunicacionais mais ágeis (como os áudios do WhatsApp, por exemplo), a comunicação escrita é indispensável pelo fato de ser consultiva, ou seja, sempre que preciso é possível recorrer ao texto para retomar o assunto tratado.

Isso é possível com áudios e vídeos também, contudo, a comunicação escrita é muito mais utilizada como recurso de registro e formalização de interações, ordens empresariais, diálogos corporativos, etc.

E também não podemos nos esquecer de seu viés estratégico. A comunicação escrita abre para uma empresa a possibilidade de estabelecer ações de m...

Dentro do cotidiano corporativo, a comunicação escrita é muito utilizada para registrar ações, acordos e orientações, sejam elas vindas de superiores ou pares profissionais.

O uso de e-mails e memorandos sempre vai ser utilizado como forma de atestar ações empresariais, a fim de evitar que haja ruídos na transmissão de mensagens importantes.

Além do ato de registro, a comunicação escrita pode ser usada internamente para:

1. ações de endomarketing;
2. campanhas de segurança interna;
3. definição de normas e orientações corporativas;
4. transmissão de conhecimento dentro da empresa (materiais de instrução, planos de treinamento, etc);
5. produção de documentos fundamentais (contratos de fornecimento, rescisões contratuais, registros de produtividade, controles operacionais, acordos comerciais, etc).

A comunicação escrita vinda da empresa para o público-alvo

Por meio de textos, uma empresa abre possibilidades de divulgar seus serviços e produtos e de apresentar aos potenciais clientes um pouco mais sobre a filosofia corporativa, a forma de trabalhar e os diferenciais competitivos.

Junto com essas informações fundamentais, é por meio da escrita que se estabelecem comunicações formais.

Elas são muito úteis no momento da conversão de um lead em cliente, como é o caso de contratos, propostas de fornecimento de serviços ou vendas de produtos e apresentações institucionais.

E não podemos nos esquecer do marketing digital! Por mais que seja possível utilizar outros recursos, como vídeos, imagens, gifs e fotos, a comunicação escrita é a responsável por viabilizar muitas das produções envolvidas nas estratégias de captação de clientes. Se destacam aqui:

1. blog posts;
2. materiais ricos como e-books, whitepapers e infográficos;
3. landing pages;
4. posts com foco em storytelling;
5. anúncios em sistemas de busca;
6. anúncios em redes sociais.

Vale ressaltar que sem comunicação escrita não se estabelece a lógica do marketing de conteúdo, tampouco a metodologia do funil de vendas, que é muito utilizada para coordenar as principais ações de captação de clientes e controle de vendas.

A comunicação escrita vinda do público-alvo para a empresa. Para fechar, vamos falar da comunicação escrita que se estabelece das pessoas para as empresas. Ela é quem fornece subsídios para que um cliente em potencial possa interagir com a empresa por diversos meios, inclusive os mais estratégicos, como formulários de contato e e-mails.

A ideia das ações de marketing digital é que as pessoas encontrem a empresa, se interessem pelo que ela pode oferecer e fechem negócios, certo? Pense como isso tudo é possível sem usar a comunicação escrita.

É quase impossível formalizar o interesse e sacramentar negócios sem o uso de textos, além do mais, é por meio deles que as pessoas podem recorrer à empresa para sanar suas principais dúvidas e estabelecer um atendimento mais formal.

Posso contar com serviços profissionais para minha comunicação escrita?

É possível contratar uma empresa especializada em conteúdos digitais para desenvolver os principais textos que a instituição utiliza em seu site, blog e também em posts, landing pages e anúncios digitais.

Na verdade, essas comunicações são tão estratégicas e demandam um tanta criatividade que é altamente recomendável que sejam desenvolvidas por profissionais.

Dessa forma, a empresa assegura que seu discurso esteja bem orientado para o público, criando um poder de atração suficientemente forte para engajar o público e fazer com que ele interaja com a empresa.

Como você pôde ler, a comunicação escrita é indispensável na elaboração das estratégias de marketing, por essa razão, sua empresa deve apostar em conteúdos de boa qualidade sempre que quiser gerar autoridade e estabelecer uma relação de confiança com seus clientes e com o público-alvo.

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

A objetividade e assertividade ao falar contribuem para a agilidade dos processos e das tomadas de decisões. Mas o que falar? Como falar? Quando falar? São perguntas que, se bem respondidas, podem dar a direção certa e o resultado esperado ao orador.

Toda organização necessita de canais de comunicação, e são muitas as opções. Mas vamos falar especificamente da comunicação oral presencial. Falar é uma habilidade que adquirimos desde criança, mas falar bem e assertivamente é um processo de aprendizado constante.

Uma palavra mal colocada, uma frase no momento errado, pode gerar constrangimentos e conflitos no ambiente empresarial. A comunicação oral, entre os membros de uma equipe, é uma ferramenta de trabalho que deve ser atualizada, revisada

e colocada em prática constantemente. A comunicação oral envolve diversos elementos que contribuem para a afirmação do que se pretende falar.

Ao falar, o emissor utiliza a voz, gestos, expressões faciais a emoção, entre outros elementos que contribuem para que sua mensagem seja captada da melhor forma. Algumas pessoas sentem dificuldade em harmonizar todos esses elementos e, para isso, é preciso treinar e desenvolver sua habilidade de oratória.

A comunicação pode ser uma arma destruidora em mãos, ou melhor, em bocas erradas e no momento errado. Quando bem utilizada, abre portas, cria laços, elimina barreiras, agiliza processos, encanta clientes. Sabemos disso, mas o medo de falar em público persiste.

O jornal britânico Sunday Times, em 2015, fez um estudo sobre o medo das pessoas de falarem em público. Esse temor é maior que o de problemas financeiros, doenças e morte (41% responderam que o medo de falar em frente a pessoas é o maior).

Sentindo dificuldade em se expressar, alguns colaboradores deixam de se comunicar e levantam muros ao seu redor que tornam mais difícil essa comunicação. Algumas pessoas sentem palpitações, “borboletas no estômago”, sudorese, as pernas tremem e podem ter a sensação de que vão desmaiar. É um desafio falar em público.

Nas organizações, outras barreiras podem surgir. O distanciamento hierárquico pode ser um fator preponderante. Normalmente falar com um superior, que se posiciona como tal, gera um estresse pré-comunicação. O uso excessivo de canais virtuais para comunicação pode inibir a exposição de ideias, quando presencialmente.

A rigidez de alguns gestores, críticas constantes sobre o modo de falar ou comentários sobre o tom de voz utilizado, também criam situações de limitação gerando medo de se expor publicamente, com isso, grandes ideias ficam apenas nas mentes dessas pessoas, que não sentem segurança para explanar seus conhecimentos contribuindo para a melhoria dos processos organizacionais.

Assim como toda boa história, a comunicação empresarial deve ter um início, um desenvolvimento e uma conclusão. Para prender a atenção do público é preciso iniciar informando o que veremos nessa reunião ou palestra, quanto tempo durará e qual a finalidade.

A comunicação oral precisa ser trabalhada e estimulada nas empresas. Saber elaborar, de forma lógica, o que se quer dizer, facilita a argumentação e pode contribuir para a aceitação de suas ideias no meio corporativo.

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

3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ

A comunicação faz parte dos seres humanos desde antes da formação da sociedade, até os dias atuais garante com que as pessoas consigam transmitir ideias, sentimentos, emoções e pensamentos de forma articulada, coerente e inteligível.

A comunicação eficaz é aquela que atinge seus objetivos de maneira clara, ela precisa cortar ruídos, impedir desentendimentos e acabar com a frustração de uma mensagem transmitida pela metade ou de maneira errada. Embora todos esses princípios sejam nossos velhos conhecidos em teoria, muitas vezes são difíceis de se concluir na prática, por isso veja a seguir quatro tópicos que podem ajudar a ter uma comunicação eficaz.

- **Tópico 1:** Construindo relações com a comunicação eficaz

Desde que o mundo é mundo, a comunicação já existia na humanidade e conforme a evolução social acontecia a comunicação também, contribuindo para que houvesse a relação entre as pessoas na sociedade.

Mas vale a pena lembrar que somente a comunicação por si só não garante o sucesso final. Pois o emissor (quem envia a mensagem) se falar algo que mal interpretado pelo receptor (quem recebe a mensagem) nesse caso pode haver uma comunicação que não traz o resultado esperado (o entendimento) gerando o chamado ruído.

E para que essa comunicação seja eficaz ela precisa que a mensagem que o emissor passe seja compreendida pelo seu receptor e para que isso dê certo tem algumas características que podemos adotá-las.

Tudo o que é dito terá impacto no outro, pelo modo de como será dito:

- a linguagem corporal;
- tom de voz;
- volume da voz.

Na comunicação as emoções têm papel fundamental, pois o princípio dela não é o que você diz, mas sim o que o outro entende.

Existem diversos meios para ser transmitida uma comunicação, mas na comunicação remota é bem mais complicada para a interpretação das reações do seu interlocutor, ele precisa ter:

- clareza;
- objetividade;
- coerência.

Um ponto muito importante é ter a atenção do receptor, por exemplo, quando você tiver que explicar algo específico da sua área de atuação para uma pessoa leiga, evite termos técnicos, pois para a pessoa que não tenha tanto conhecimento na área, pode ser muito complexo e a mensagem não será compreendida como o esperado.

Um dos pontos principais para se ter uma boa comunicação é ser um bom ouvinte, e para isso é necessário ter a atenção totalmente voltada para a pessoa que está falando.

Mas não se prenda somente a escuta ativa, é essencial você prestar atenção no que a pessoa está querendo expressar, não se limitando apenas às suas próprias opiniões pessoais.

Se a sua opinião for positiva, ótimo, mas caso contrário não reaja instantaneamente, pense e repense, veja como poderá respondê-la, pois seus julgamentos e opiniões poderá ofender e influenciar a outra pessoa.

Outro ponto crucial para a boa comunicação é ser humilde, se não souber de algo, pergunte pois isso abrirá portas para o aprendizado e melhor vínculo interpessoal.

Mas não só isso o único fator que influenciam uma boa conversa, é preciso se atentar ao:

- tom de voz;
- tipo de pergunta;
- à sequência das perguntas;
- à formulação;
- à linguagem corporal.

Uma boa comunicação eficaz cria oportunidades e abre portas, é a chave para resolução de conflitos e para o sucesso nas negociações. A comunicação vai além de uma boa oratória e de uma redação impecável, mas sim de saber se expressar, de se comunicar, ser compreendido e aprender com o próximo.

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

Há vários tipos de conversa, entre eles o debate, a discussão e o diálogo. Uma das origens da palavra debate, o verbo em latim “battuere” significa “lutar”, e sua raiz provém do termo indo-europeu “bhau” (golpear). O exemplo que mais facilmente aparece quando pensamos em um debate costuma ser os debates realizados pelos candidatos nas eleições, eles preparam de antemão seus argumentos, geralmente as respostas são evasivas e robóticas ou inflamadas e inchadas, há convencimento, persuasão, etc.

Uma discussão geralmente está associada a uma briga ou a uma conversa mais ríspida, a grande questão é: muitas vezes estamos discutindo com alguém, mas, na verdade, não precisamos de fato chegar a conclusão alguma. É nosso ego que está discutindo por medo de aceitar que existe o diferente, chegar a uma (única) conclusão é, frequentemente, uma postura totalitária.

O diálogo é o tipo mais especial, aquele tipo de conversa que não exige uma preparação de argumentos ou defesa de posição, segundo a etimologia da palavra:

Día: atravessar algo por inteiro;

Logos: significado.

Portanto, pode-se entender o diálogo como a conversa em que os significados nos atravessam por inteiro. Arnaldo Bassoli, psicólogo brasileiro, acredita que existem três condições para que o diálogo aconteça:

- **Igualdade:** ausência de hierarquia ou interferência das relações de poder;
- **Escuta empática:** esvaziar-se do seu mundo para viajar temporariamente ao mundo do outro, tentando enxergar como ele enxerga;
- **Poder explicar os pressupostos:** investigar seus próprios pressupostos, isto é, suas visões de mundo, crenças, motivações, e poder perguntar o que faz o outro pensar, sentir e agir de determinada forma.

Diálogo requer envolvimento, empatia e atenção, é sobre reconhecer suas crenças, seus valores e princípios, e identificar esses elementos no outro. Outro elemento importante é a humildade, quando alguém fala, nem sempre ele está pedindo sua opinião ou conselho, saiba reconhecer que pode ser apenas um desabafo.

O diálogo organizado é tão produtivo que pode ser usado como forma de resolução de conflitos. A roda de conversa é um dos métodos mais eficazes, nas rodas de conversa:

- Todos os participantes têm a oportunidade de se expressar;
- Cada um deve se sentir acolhido, respeitado e seguro para expor suas opiniões;
- Toda interferência externa, como celulares ou conversas paralelas deve ser evitada.

A estrutura básica de uma roda de conversa é dividida em três partes:

- **Abertura:** espaço para a apresentação dos participantes e do tema a ser debatido;
- **Desenvolvimento:** momento em que o mediador inicia a pergunta ou atividade que foi previamente planejada e comunicada a todos;
- **Fechamento:** todos devem refletir sobre o que foi debatido, uma das estratégias é o uso dos momentos de silêncio para essa reflexão coletiva e logo após possam a falar suas impressões.

Diante do uso cada vez mais intenso da tecnologia, o diálogo muitas vezes acaba sendo deixado em segundo plano, sobrepondo-se às relações humanas não virtuais. Acredite no diálogo como a forma mais refinada da comunicação humana, imagine quanto tempo e energia poderiam ser poupados se o diálogo fizesse parte do nosso dia a

dia, muitos embates poderiam ter sido evitados. No diálogo, não cabem julgamentos, preconceitos ou interpretações baseados em valores, princípios e crenças.

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

A comunicação escrita é, antes de tudo, uma forma de comunicação interpessoal, ou seja, é uma conversa entre pessoas que estão distantes fisicamente. No entanto, há de se distinguir os vários tipos de comunicação escrita, para uma comunicação eficaz é preciso conhecer os tipos de texto e qual deles é o mais adequado para cada situação. Pode se destacar cinco tipos de texto mais comuns no cotidiano:

- **Narração:**reprodução é o texto que reproduz, narra, uma situação. É a principal técnica da literatura e está presente em contos, poemas, fábulas e romances.
- **Argumentação:**é uma técnica em que se deve defender um ponto de vista. Além da coerência textual, esse deve usar referências bibliográficas, dados e estudos científicos.
- **Relato:**texto com objetivo de documentar um fato, uma experiência ou percepções,como uma ata de reunião ou um relatório de trabalho, o texto adequado para essas tarefas é o relato.
- **Exposição:**esse texto é usado principalmente, para fins acadêmicos,dentro desse gênero, estão as regras e normas de formatação e estilo a serem seguidas. O texto expositivo deve ser construído com a finalidade de divulgação do conhecimento em uma determinada área.
- **Descrição:**o objetivo dessa modalidade textual é a criação de manuais, regras, leis, receitas, orientações e instruções normativas.

Se precisar se comunicar de forma escrita, é importante saber como estruturar um texto, é preciso prestar atenção a três elementos essenciais:

- **Introdução:**apresente o problema ou situação e a consequência, podem ser utilizados questionamentos e reflexões, para chamar atenção para o que virá na sequência.
- **Desenvolvimento:**em cada parágrafo, explique a situação apresentada na introdução, use todo seu conhecimento da situação e mantenha a coerência com a tese que estiver defendendo.
- **Conclusão:**é o ápice do texto, em que conecta o que foi apresentado na introdução e no desenvolvimento do texto, é importante a apresentação de uma proposta para a resolução do problema.

Os sentimentos, emoções, valores e percepções de mundo, fazem o ser humano ser o principal elemento da comunicação, entretanto, com o surgimento da tecnologia vários recursos possibilitam que possamos produzir um texto com mais facilidade. Como por exemplo:

- **Editores de texto:** Word (Microsoft); Pages (Apple); LibreOffice (grátis).
- **Publicação em blogs:** Markdown.
- **Textos colaborativos:** Google Docs.

A revisão ortográfica é requisito de qualquer texto para se tornar coeso e coerente, afinal, uma simples troca de letra pode alterar não só o sentido da palavra, mas de toda uma frase. Mesmo com os recursos tecnológicos, ter um amplo conhecimento de gramática e ortografia é imprescindível. Apesar de existirem muitos recursos que auxiliam na correção gramatical dos textos, se tiver que escrever um texto no papel, não poderá contar com os corretores dos textos eletrônicos. É ideal ter à mão um dicionário atualizado para consultas rápidas, existem dicionários on-line, como:

- Michaelis;
- Dicio;
- Priberam.

No processo de criação de um texto, pergunte-se:

- Qual tipo de texto será produzido?
- O público receberá minha mensagem?
- De quais recursos preciso para fazer um bom trabalho?

Essas perguntas podem ajudar na hora de escolher a melhor ferramenta na construção do seu texto.

Um texto bem escrito precisa ter:

- Boa formatação;
- Excelente apresentação visual;
- Coerência com o perfil do público.

Além de saber escrever um bom texto, é preciso saber interpretá-lo corretamente, algumas habilidades essenciais para a interpretação correta de texto é:

- Separar o que é fato de opinião;
- Entender o contexto, e não apenas o significado de cada palavra;
- Encontrar no texto a ideia principal defendida pelo autor;
- Distinguir no texto a causa e a consequência.

- **Tópico 4:** Comunicação virtual

Com o avanço da tecnologia, as pessoas conseguiram ultrapassar barreiras geográficas, tornando mais fácil e ágil sua comunicação no dia a dia com outras pessoas, através da comunicação virtual. As mídias sociais são os meios que garante a comunicação virtual, são os programas instalados no computador ou acessíveis na internet que por meio dos navegadores, permitem seu funcionamento. As redes sociais estão entre os principais meios dessa comunicação.

- **LinkedIn:**É uma rede social profissional, seu objetivo é criar conexões que permitam o desenvolvimento de conhecimentos a partir da interação com profissionais e empresas;
- **Instagram:**É uma rede social visual, cujo objetivo é divulgar fotos tanto de cunho pessoal como comercial.
- **App de mensagem:**Aplicativos de mensagens, como Messenger, WhatsApp e Telegram, facilitam a vida, permitindo o contato com amigos, familiares, colegas e parceiros profissionais de forma rápida.

Todos esses meios de comunicação são importantes , mas tudo o que é escrito on-line fica registrado e documentado, por isso, é fundamental ter atenção à linguagem que será utilizada em cada um deles e com cada um dos receptores. Uma vez publicada uma mensagem, é quase impossível apagá-la, uma postagem ou um comentário feito no calor da emoção pode causar prejuízos por muito tempo. É necessário bom senso para:

- Identificar quem está do outro lado;
- Conhecer a preferência e o perfil da pessoa que receberá a mensagem;
- Entender o meio de comunicação mais adequado para o assunto que será tratado.

É fundamental que as redes sociais e as ferramentas de comunicação agreguem valor à vida do usuário, mesmo que seja como um hobby, se perceber que o uso de qualquer um desses meios está gerando sentimentos negativos, pode ser um sinal de alerta para diminuir o tempo de uso ou até mesmo evitá-los.

Ter uma organização, na hora de se comunicar pode fazer toda diferença, seja no pessoal como no profissional.

- **E-mail corporativo:**essa comunicação é propriedade da empresa, portanto fazer backup desse conteúdo é ilegal.
- **Profissional liberal:**comece a organizar as informações sobre sua profissão, como possíveis fornecedores e clientes, materiais informativos, normas técnicas e legislação da área.
- **Empresário:**existe regimento próprio para a guarda de documentos contábeis, fiscais, licenças e documentos legais.
- **Pessoal:**comunicações pessoais, como e-mail de agradecimento por um bom trabalho, uma mensagem especial, uma foto, não tem validade. Além de guardar na memória, procure organizar e catalogar a sua comunicação pessoal.

A diferença entre gerações têm reações diversas quanto a comunicação virtual, enquanto pessoas mais velhas tendem a encontrar dificuldade ao usar essa comunicação, os jovens preferem esta forma de se comunicar, evitando reuniões presenciais e priorizando contatos virtuais. Mas nem sempre a comunicação virtual será a melhor opção.

A comunicação eficaz envolve saber ouvir, falar, escrever, ler e interpretar, mas pode incluir analisar sinais, comportamentos e observar as entrelinhas, comunicar-se é um aprendizado constante, por isso, se comunique, se conecte com as pessoas para criar relações positivas e que agregue valor à sua vida.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Para que a comunicação funcione, ela precisa ser eficaz, e o que o emissor deseja comunicar precisa ser entendido corretamente pelo receptor.

Nesse pequeno vídeo abordamos os tipos de comunicação utilizados tanto na organização quanto fora dela. Destacamos as características das várias formas em que a comunicação é utilizada, seja ela no modo presencial, virtual ou escrita.

O vídeo diz sobre os pontos em que devemos estar atentos para que a comunicação seja passada da melhor forma, evitando o máximo de ruído ao chegar até o receptor final.

A importância de uma boa estrutura oral e escrita também foi colocada como uma forma de constante aprendizado para que fique cada vez mais fácil de se entender e passar uma mensagem.

Vídeo disponível em : <https://youtu.be/U1VeTfUTbbI>

4. CONCLUSÃO

A comunicação é uma das características essenciais para se falar dentro da empresa e está totalmente relacionada às pessoas que atuam dentro e fora da organização. A Coca Cola representa o sentido da comunicação, onde faz a integração dos colaboradores aos objetivos da empresa. Onde uma análise para identificar as necessidades de cada público, é tão prioritário quanto outros públicos que se relacionam com a empresa, visto que quando um colaborador é valorizado e o mesmo se sinta satisfeito no ambiente organizacional, mais motivado e produtivo ele se sente.

Um pequeno detalhe encontrado é que a Coca Cola não possui um sistema ombudsman, algo que é importante na questão de passar um feedback para determinado colaborador. A gestão da comunicação promove o engajamento do colaborador ao resultado final que a empresa busca, através de vários canais de comunicação e integração, uma vez que isso gera a sensação de valorização de cada colaborador. Outro ponto importante, é a análise de perfil de cada público para alinhar as informações corretas a serem passadas, a fim de deixar claro as necessidades dele junto com o que se espera de resultado final da organização, fazendo com que as informações sejam bem claras e o colaborador sinta-se desafiado para fazer parte da conquista.

A Coca Cola busca sempre manter uma comunicação cada vez mais eficaz e sempre atenta às suas ferramentas de comunicação. Segundo um gerente de marketing da empresa, fica visível a satisfação de vários colaboradores com a organização. Através de pesquisas ficou evidente a importância do que a comunicação é capaz de exercer sobre uma organização, garantindo a relação colaborador/empresa.

Problemas de comunicação podem ocorrer em qualquer empresa e em diversos perfis, a Coca Cola visa sempre aplicar melhores práticas e metodologias testadas e avaliadas por profissionais capacitados para que seus colaboradores sempre reproduzam os melhores resultados.

REFERÊNCIAS

ABCONTENT. **Comunicação escrita: qual a importância para as empresas?** Disponível em: <<https://blog.abcontent.com.br/marketing-digital/comunicacao-escrita-qual-a-importancia-para-as-empresas/>> Acesso em : 01/06/2022.

ALEX BRETAS. **3Ds da conversa: Debate, Discussão e Diálogo.** Disponível em: <<https://alexbretas11.medium.com/3-ds-das-conversas-debate-discuss%C3%A3o-e-di%C3%A1logo-6cdb7f782c36>> Acesso em: 31/05/2022.

BRASIL ESCOLA. **O mundo virtual.** Disponível em :<<https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/curiosidades/o-mundo-virtual.htm>> Acesso em: 08/06/2022.

COGNITIVA COMUNICAÇÃO. **O peso da comunicação escrita em uma organização.** Disponível em: <<http://www.convictiva.com.br/artigos/o-peso-da-comunicacao-escrita-em-uma-organizacao/>> Acesso em: 01/06/2022.

GOOGLE. **As 6 maiores dificuldades de se trabalhar em equipe.** Disponível em: <<https://www.linkedin.com/pulse/6-maiores-dificuldades-de-realmente-se-trabalhar-em-bonfim-de-aguiar/?originalSubdomain=pt>> Acesso em: 10/06/2022.

GOOGLE. **Coca Cola Brasil.** - Disponível em: <<https://www.cocacolabrasil.com.br/sustentabilidade>> Acesso em: 17/06/2022

GOOGLE. **Coca-Cola** - **Imagens** - Disponível em: <https://www.google.com/search?q=coca+cola+brasil&tbm=isch&hl=pt-BR&chips=q:coca+cola+brasil,g_1:sede:PsT9dGngH1k%3D,online_chips:botafogo:mri48lQDnbQ%3D&rlz=1C1GCEA_enBR954BR954&sa=X&ved=2ahUKEwiF4Y_15aD4AhXzOLkGHbACCaAQ4lYoAHoECAEQIg&biw=1423&bih=789#imgrc=m3H4ebrQ5KM8eM>. Acesso em: 09/06/2022.

GOOGLE. **Coca-Cola - Imagens - Logo** - Disponível em: <https://www.google.com/search?q=coca+cola+logo&tbm=isch&ved=2ahUKEwivuuL56D4AhWQkZUCHTSUABgQ2-cCegQIABAA&oq=coca+cola+logo&gs_lcp=CgNpbWcQAzIICAAQgAQQsQMyCAgAEIAEELEDmgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQ6BAgAEEM6BggAEB4QBzoECAAQHjoGCAAQHhAFogQIABADUJMjWmc3YIhBaABwAHgAgAGGAYgBuQiSAQM4LjOYAQCgAQGqAQtd3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&sclient=img&ei=4CGiYq_JGpCj1sQPtKiCwAE&bih=789&biw=1423&rlz=1C1GCEA_enBR954BR954&hl=pt-BR#imgcr=w39bisyRD5Na9M>. Acesso em: 09/06/2022

GOOGLE. **Como é a comunicação da Coca-Cola no Brasil** - Disponível em: <<https://gruponewway.com.br/blog/post/como-a-coca-cola-andina-revolucionou-a-comunicacao-interna>> Acesso em: 16/06/2022.

GOOGLE. **Comunicação escrita-Qual a importância para as empresas?**- Disponível em: <<https://blog.abcontent.com.br/marketing-digital/comunicacao-escrita-qual-a-importancia-para-as-empresas>>. Acesso em: 05/06/2022

GOOGLE. **Comunicação oral nas organizações.** Disponível em: <<https://www.uninter.com/noticias/comunicacao-oral-nas-organizacoes>>. Acesso em 07/06/2022

GOOGLE. **Comportamento humano nas organizações.** Disponível em : <<https://www.opet.com.br/faculdade/revista-pedagogia/pdf/n1/COMPORTAMENTO-HUMANO-NAS-ORGANIZACOES.pdf>> Acesso em: 02/06/2022.

GOOGLE. **Concorrentes Diretos.** Disponível em: <[https://www.vivendobauru.com.br/quem-e-a-maior-concorrente-da-coca-cola/#:~:text=Como%20concorrentes%20diretos%20podemos%20citar,no%20mesmo%20mercado%20\(bebidas\)](https://www.vivendobauru.com.br/quem-e-a-maior-concorrente-da-coca-cola/#:~:text=Como%20concorrentes%20diretos%20podemos%20citar,no%20mesmo%20mercado%20(bebidas))>. Acesso em 02/06/2022.

GOOGLE. **Conheça os 5 desafios do trabalho em equipe.** Disponível em: <<https://www.blbbrasil.com.br/blog/desafios-do-trabalho-em-equipe/>> Acesso em: 10/06/2022

GOOGLE. **Quais os benefícios de trabalhar na coca cola?** - Disponível em :<<https://treinamento24.com/library/lecture/read/414800-quais-os-beneficios-de-trabalhar-na-coca-cola>> Acesso em: 17/06/2022.

GOOGLE. **Razão Social, Nome Fantasia, Sede, CNPJ, Faturamento.** Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Coca-Cola_Brasil>. Acesso em 02/06/2022.

GOOGLE. **Treinamento e desenvolvimento para a liderança.** Disponível em: <<https://coca-colafemsa.com/pt-br/noticias/treinamento-desenvolvimento-lideranca/>> Acesso em: 11/06/2022.

LONAX.**Entenda a importância da comunicação virtual para conversar com clientes.** Disponível em:<<https://lonax.com.br/blog/comunicacao-virtual/>>. Acesso em :05/06/2022.

PORTAL EDUCAÇÃO. **Tudo sobre comunicação escrita.** Disponível em:<<https://blog.portaleducacao.com.br/tudo-sobre-comunicacao-escrita/>> Acesso em: 01/06/2022.

SITWARE. **Conheça 3 dicas para melhorar o desempenho da sua equipe.** - Disponível em: <<https://www.siteware.com.br/gestao-de-equipe/comportamento-humano-nas-organizacaoes/>> Acesso em: 02/06/2022.

UNIFEOB. **Material Interativo- Comunicação de forma eficaz.** Disponível em:<<https://unifeob.grupoa.education/plataforma/course/44141/content/626119>> Acesso em :31/05/2022.

UNIFEOB. **Comunicação e Expressão - Aulas - Unidades de Aprendizagem - Eficácia na Comunicação Escrita.** Disponível em:<<https://unifeob.grupoa.education/plataforma/course/36882/content/383641>>Acesso em: 02/06/2022.

WIKIPÉDIA. **Comportamento organizacional.** Disponível em:<https://pt.wikipedia.org/wiki/Comportamento_organizacional> Acesso em: 05/06/2022.

ANEXOS

Anexo A: Edifício Corporativo



Anexo B : Logotipo da Empresa



Anexo C : Fábrica Coca-Cola Andina - RJ

