



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

Ciências Contábeis

Logística

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

AMBEV S/A

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

Logística

Ciências Contábeis

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

AMBEV S/A

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

Henrique Duarte Correia, RA: 1012021100605

Bruna Rodrigues Juliari, RA: 1012021200471

Mateus V. Prado Souza, RA: 1012022100673

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	5
3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE	6
3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	8
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	13
4. CONCLUSÃO	14
REFERÊNCIAS	15
ANEXOS	16

1. INTRODUÇÃO

Este projeto visa a comunicação entre as equipes no contexto organizacional, cujo propósito é realizar uma análise sobre como se dá o trabalho em equipe em uma empresa real e as formas de comunicação utilizadas pelas pessoas, principalmente, quando estas estão reunidas

Neste projeto vamos destacar que a comunicação está entre as habilidades mais importantes e necessárias para o bom relacionamento, seja ele pessoal ou profissional, pois a produtividade e os resultados entregues pelas equipes de trabalho podem ser impulsionados quando se investe tempo e esforços para melhorias.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Companhia de Bebidas das Américas, conhecida como AMBEV S/A, cujo CNPJ é 07.526.557/0001-00. Logradouro: Rua Dr. Renato Paes de Barros, 1.017 Complemento: 4º andar Bairro: Itaim Bibi Cep: 04530-001 País: Brasil UF: SP Município: São Paulo DDD: 11 Telefone: 2122-1414 DDD: FAX: E-mail: ri@ambev.com.br

É uma empresa de capital aberto, sediada em São Paulo, mas com atuações em todo o Brasil e no continente. No total, operamos em 16 países das Américas (Antígua, Argentina, Barbados, Bolívia, Brasil, Canadá, Chile, Cuba, Dominica, Guatemala, Nicarágua, Panamá, Paraguai, República Dominicana, Saint Vincent e Uruguai). Tem como atividade principal a fabricação e distribuição de cervejas, refrigerantes e bebidas não carbonatadas e não alcoólicas. Somente no Brasil, há 34 cervejarias e maltarias, cerca de 32 mil colaboradores, 100 centros de distribuição direta e trabalha com cerca de 200 marcas de bebidas atualmente. Possui como clientes os supermercados, bares, padarias, conveniências, dentre outros. Sua principal concorrente é a Coca-Cola.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

Cada empresa tem sua própria cultura e estrutura organizacional, que é baseada em suas atitudes, crenças, valores e objetivos, entre muitos outros fatores.

Algumas empresas afetam diretamente o bem-estar e estilo de vida de seus funcionários e todas as pessoas que têm alguma relação com suas operações, como clientes, profissionais terceirizados, fornecedores e até mesmo os familiares de seus colaboradores.

O que é comportamento organizacional?

É um conjunto de comportamentos e atitudes praticadas pelas pessoas que compõem a empresa, tanto funcionários quanto seus diretores, e o impacto que tais condutas e costumes têm sobre o andamento e desenvolvimento da organização e conhecendo bem as características das pessoas como pessoas, fica mais fácil compreender o comportamento humano dentro da organização.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

A Nossa Gente é o ingrediente mais importante. São mais de 30 mil pessoas no Brasil que emprestam o seu talento para o mundo. Gente que, aqui, tem a oportunidade de mostrar competência e aprender todos os dias. Nós investimos na nossa principal força, porque sabemos que para atender bem é preciso mais do que tecnologia e experiência. É preciso ter gente boa. E isso nós temos!

O trabalho aqui é feito sempre em equipe. Metas são compartilhadas e aqui todos sabemos que somos responsáveis diretamente pelo crescimento da Companhia. A cooperação está na base dos nossos princípios.

Respeitamos as individualidades e as características de cada um. Aqui você pode ser autêntico! Procuramos desenvolver o máximo da Nossa Gente. E, para isso, damos a liberdade e a oportunidade de empreender e inovar. Na Ambev, todo mundo é dono e

por isso estão sempre comprometimento em garantir os rótulos mais especiais para os nossos clientes.

Para desenvolver sempre mais a qualidade dos nossos produtos, investimos na Nossa Gente. A Universidade Ambev é um dos nossos principais braços para fazer isso acontecer.

Criada em 1995, inicialmente como Universidade Brahma, os nossos treinamentos incluem todas as unidades e níveis hierárquicos da Companhia, promovendo trocas de experiências entre as equipes e estreitamento de laços dos nossos colaboradores, que circulam entre as áreas diariamente.

Acreditamos na formação de uma liderança interna que aposte na formação da base. Contratamos jovens potenciais, acreditamos em todos eles e, dentro da Universidade Ambev promovemos desafios que aceleram a transformação em líderes.

Aqui, sonhamos grande. E o nosso sonho nos inspira a unir as pessoas por um mundo melhor onde todos podem ser autênticos tanto dentro quanto fora da Companhia. Sem pegar atalhos. Sem abrir mão da verdade. E esse é um valor muito importante para nós.

A nossa cultura é focada na Nossa Gente. Afinal, as pessoas são o nosso principal ativo. São elas que trazem a AUTENTICIDADE para o nosso dia a dia por meio de iniciativas como a criação dos Employee Resource Group, um grupo de colaboradores que, juntos, discutem melhorias para garantir a diversidade e a igualdade no ambiente de trabalho.

Acreditamos que cada um tenha PERSONALIDADE única. Buscamos gente excelente capaz de enxergar inovação em diferentes pontos de vista. É dentro dessa diversidade que crescemos. O nosso mundo melhor começa aqui dentro!

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

- Falta de Confiança

Algumas situações ou momentos podem tornar um indivíduo vulnerável. Quando os integrantes da equipe sentem medo ou receio de demonstrar essa vulnerabilidade provoca a perda de confiança entre os membros da equipe. A falta de segurança é demonstrada também na dificuldade de assumir os erros.

- Medo de Conflitos

Uma das consequências da falta de segurança é o medo do embate e das discussões. Os integrantes das equipes não se sentem confiantes em contestar uma ideia ou de discordar de alguma opinião.

Manter uma “falsa paz” a fim de evitar os conflitos pode ocasionar um clima desagradável entre os colaboradores e diminuir o rendimento.

- Falta de Comprometimento

Assim como a falta de confiança faz com que os membros tenham medo de conflitos, a omissão das discussões provoca a falta de comprometimento. Em outras palavras, as decisões que não foram determinadas em conjunto, por falta de discussões, deixam de garantir empenho máximo por parte dos colaboradores.

– Evitar responsabilidades

Como uma reação em cadeia, a falta de comprometimento da equipe ocasiona a dificuldade de assumir responsabilidades. Até os colaboradores mais empenhados se sentem desconfortáveis em cobrar mais responsabilidade dos seus colegas.

5- Falta de Atenção aos Resultados

Quando os integrantes da equipe focam sua atenção aos próprios interesses em detrimento às necessidades da empresa. Até mesmo quando os interesses da equipe superam os da empresa.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

Oral

Na oralidade, a relação que estabelecemos com quem falamos é direta, traduzida em um processo de dialogação, que pode ainda contar com uma série de recursos extralinguísticos, como gestos, expressões faciais, entonação, postura, que facilitarão a transmissão de ideias, emoções e possibilitarão refazer a mensagem, caso esta não seja assimilada ou bem interpretada.

Escrita

O primeiro ponto que devemos observar é que há muitas informações a serem passadas e devemos separar as essenciais das desnecessárias, antes de iniciar qualquer processo de comunicação. Outro ponto é perceber que as pessoas são diferentes, têm culturas, percepções e imagens distintas, mas precisam construir algo comum

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

Ao convocar um grupo para uma reunião, por exemplo, o redator deve se lembrar de todas as informações necessárias para que cada leitor participe da reunião no dia e hora marcados. Se, após enviar a mensagem, o redator precisar confirmar informações, esclarecer o que escreveu ou acrescentar detalhes pelo telefone, significará que a comunicação não foi eficaz.

Na linguagem escrita, o contato é indireto entre os interlocutores. As estruturas e o vocabulário são mais apurados e mais conservadores. Também há alguns desafios e um deles é que escrevemos muito atualmente e, algumas vezes, optamos pela escrita quando outra forma de comunicação seria a melhor opção.

Seja profissional e cordial

Um texto corporativo deve ser focado apenas em assuntos relacionados à empresa. Não há espaço para assuntos pessoais, brincadeiras e piadas, mas isso não quer dizer que essa comunicação deva ser pesada ou arrogante. Ser objetivo, e tratar diretamente dos

assuntos importantes ao negócio e às relações de trabalho, mostra respeito com o leitor e evita constrangimentos.

Precisa pedir um favor? Vai cobrar um devedor? Está bravo? Precisa fazer uma reclamação? Seja educado sempre! Comunique-se com firmeza, assertividade, declare exatamente o que precisa ser dito, mas seja educado em qualquer circunstância. Inicie um documento com cordialidade, use palavras como “por favor” e “obrigado”, assuma e assine tudo o que escrever.

Primeira pessoa, sempre

Escreva na primeira pessoa do singular ou do plural. Evite expressões que despersonalizam a comunicação como: recomenda-se, o departamento recomenda, é recomendável. Além disso, evite mudar de abordagem no meio do texto: se começar com recomendamos, continue com essa forma de linguagem até o fim do texto.

Fale a linguagem do leitor

Um bom texto deve ser escrito para o outro, o leitor, que precisa ter respeitados seu repertório, necessidades de informação e de direcionamento. No entanto, é preciso cautela, pois podemos ter leitores diferentes. As pessoas são únicas e têm necessidades diferentes de

informação, detalhamento e explicações. Além disso, recebem e entendem as informações seguindo seu jeito de pensar e suas expectativas. Para definir qual é o perfil do seu leitor, faça a si mesmo as seguintes perguntas:

- Quem vai liderar a ação?
- Quem vai agir?
- Quem vai utilizar as informações?
- Quem precisa conhecer a situação?
- Quem será mencionado?
- Quem deve ser consultado?

Nunca distraia, confunda ou ofenda seus leitores. Excesso de informação pode distrair e alguns aspectos podem confundi-los, como: cores, datas, horas, símbolos, medidas, nomes incorretos e excesso de números.

Ofensas são mais subjetivas – um pedido fora de contexto, cópias desnecessárias e tantas outras situações podem estremecer relacionamentos com pares, clientes, fornecedores. Além disso, as pessoas não buscam informações da mesma forma: algumas as querem para tomar decisão (decisórias), para elas o tempo da informação é já, agora. Há outras que são analíticas (introspectivas), precisam da informação, mas precisam também de tempo para digeri-las, o tempo delas é o depois. Há, ainda, quem precise de suporte e aceitação social para captar a mensagem (sociáveis) e outras pessoas que sentem que a informação só é confiável se houver detalhes (detalhistas).

5. Regras de etiqueta

O e-mail é um documento empresarial como qualquer outro. Apesar da rapidez em enviar/receber a mensagem e da proximidade que há com o leitor, ele deve seguir as mesmas regras de educação e profissionalismo que regem as relações nos negócios. Nesse contexto, as principais regras de etiqueta são:

- Escrever com tato e evitar excesso de letras maiúsculas e minúsculas
- Usar cumprimento inicial e assinar as mensagens
- Revisar a mensagem para que não haja erros gramaticais
- Evitar enviar mensagens com cópia para todos. É preciso ter cuidado com o endereço de e-mail das outras pessoas
- Não ofender, distrair ou confundir o leitor

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

Uma comunicação eficaz é quando o que falamos é sempre compreendido pelo interlocutor. 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.

São os profissionais autônomos aqueles que podem enfrentar mais desafios por causa disso. Como eles devem ter controle sobre todo o relacionamento com os clientes, qualquer erro pode prejudicar o andamento de um projeto e criar uma porção de demandas que não foram combinadas no início.

Dentro das empresas o problema também existe, mas como muitos outros profissionais estão envolvidos no desenvolvimento de uma entrega, perceber que a comunicação não vai bem é mais fácil.

Alguns princípios são essenciais para trocar ideias da forma certa:

- Uma boa comunicação exige que nos dediquemos a ouvir o outro;
- Ela deve ser tanto verbal quanto não-verbal;
- Controlar as emoções e evitar situações estressantes ajuda a obter uma comunicação mais eficaz;
- E Ser enfático e demonstrar suas ideias é fundamental.

Comunicação assertiva

A comunicação assertiva é aquela que foca na clareza e na redução de conflitos. É muito utilizada por gestores porque é menos focada em uma boa oratória e concentra-se no avanço das relações humanas.

Departamentos de RH também aproveitam a técnica e estão entre os que mais utilizam a comunicação assertiva, embora seja aplicada como estratégia de liderança em outros casos.

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

Comunicação eficaz e eficiente é quando tanto quem fala e escuta se compreende. É basicamente passar para o interlocutor as informações que você precisa, ocasionando no próprio a compreensão que deseja. Pode-se dizer também que é emitir uma mensagem com clareza e sem dar margem a um desentendimento.

A comunicação eficaz e eficiente no mundo empresarial, é essencial para processo que exige levar a mensagem a todos funcionários ou contribuintes da empresa, independente do seu nível de instrução e fazer com que todos entendam a mensagem.

Em suma, a comunicação é realmente eficaz quando tanto o emissor quanto o receptor da mensagem se entendem.

3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ

Para uma comunicação ser eficaz vamos analisar os seguintes tópicos a seguir:

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

Algumas dicas podem ser importantes para uma comunicação se torna eficaz como, falar sempre de forma clara, ter uma boa dicção, estudar o teor da conversa, saber a hora de ouvir e falar, usar mais de um tipo de linguagem.

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

Para se levar um bom diálogo é essencial que os indivíduos saibam a hora de começar a conversa, o “timing” é quase tudo. Pode acontecer uma má conversa, quando a outra pessoa não está afim de iniciá-la, isso é importante

para uma boa conversa. Segue alguns pontos importantes para uma boa conversa e diálogo: Mostrar interesse, saber ouvir e evitar falar além do necessário.

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

A comunicação, quando realizada de forma eficaz, favorece o envolvimento do receptor com os princípios da empresa, reforçando seus valores frente aos consumidores e contribuintes. Além disso, ela é uma ferramenta essencial para promover a sinergia e para alcançar os objetivos almejados pela empresa.

- **Tópico 4:** Comunicação virtual;

A comunicação virtual é a interação que se estabelece através de meios à distância, ela pode ser vista como uma comunicação complementar para uma empresa manter contato entre seus colaboradores e clientes. Hoje ela se tornou essencial em praticamente todos os ramos de negócios.

Para uma boa comunicação virtual podemos: Estabelecer um objetivo, considerar a vídeo chamada uma boa opção, proporcionar foco na conversa e convidar participantes absolutamente necessários.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Neste vídeo abordaremos algumas dicas sobre como a comunicação pode promover uma pessoa, tanto em relação à sua reputação pessoal quanto profissional.

<https://youtu.be/sNudAFJiOlc>

4. CONCLUSÃO

Hoje para se ter uma boa comunicação e se expressar bem, não encontramos dificuldades desde que a pessoa tenha compreensão e conhecimento. Cada grupo de pessoas e uma etnia, cultura, costumes e gírias diferentes, porém todos com um só objetivo. Chegar a um lugar.

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

O quanto é essencial na vida cotidiana.

DIFICULDADES PARA TRABALHAR EM EQUIPE

Tivemos também como principais pontos abordados as dificuldades de uma má comunicação, colaboração e trabalho em equipe. O quanto um elemento pode desencadear todo o contexto abordado.

REFERÊNCIAS

<https://www.ambev.com.br/sobre/producao/>

<https://www.rad.cvm.gov.br/enetconsulta/frmGerenciaPaginaFRE.aspx?NumeroSequencialDocumento=92884&CodigoTipoInstituicao=2>

<https://www.ambev.com.br/carreiras/nossa-gente/>

https://www.ambev.com.br/conteudo/uploads/2018/08/Relatorio_Anuar_de_Sustentabilidade_Ambev_2017.pdf

<https://www.blbbrasil.com.br/blog/desafios-do-trabalho-em-equipe/>

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

<https://rockcontent.com/br/talent-blog/comunicacao-eficaz/#:~:text=Uma%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20eficaz%20%C3%A9%20quando,metade%20ou%20de%20maneira%20errada>

ANEXOS