



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Banco Itaú

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Banco Itaú

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

BRENDA COSTA, RA 1012020200181

FRANCINE F. D. CAMPOS, RA 1012020200145

ISABELLA MUCCIARONI, RA 1012020200270

VITÓRIA ALICE DA SILVA, RA 1012021100109

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. ITAÚ UNIBANCO	4
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	6
3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA	7
3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL	8
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ	10
3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ	10
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	12
4. CONCLUSÃO	13
REFERÊNCIAS	14
ANEXOS	15

1. INTRODUÇÃO

No presente trabalho, entenderemos o quão a comunicação e suas expressões são importantes para o desenvolvimento pessoal e profissional de um grupo ou equipe. A comunicação é um processo que envolve troca de informações entre duas ou mais pessoas onde a linguagem e expressão permite criar, interpretar e responder um determinado assunto de forma clara e concisa.

Diretamente ligada ao nosso dia a dia, a linguagem e o comportamento humano possuem objetivos para dentro melhorias significativas principalmente no ambiente de trabalho onde são concentrados diversos assuntos, demandas, metas, projetos e conflitos. Sendo assim, uma liderança notória consegue trazer bons resultados e uma equipe bem engajada quando a comunicação está presente em todo o processo e hierarquia, já que um profissional bem comunicativo, tende a se destacar no mercado de trabalho.

São vários os tipos de comunicação que conseguimos desenvolver ao longo de todo o tempo na sociedade, dentre elas, temos a comunicação verbal e não verbal, comunicação escrita e visual. Elas aplicadas de forma competente, trará vantagens às organizações de forma perceptíveis, como reconhecimento da marca e positivismo.

Neste projeto, incluímos também a visão da empresa Itaú S/A como um todo e sua perspectiva em ações publicitárias e suas formas de comunicação para impactar de forma positiva os telespectadores e ouvintes, com o objetivo de atrair novos clientes e fidelizar os que já estão em sua carteira.

Para finalizar, gostaríamos de ressaltar que a qualidade e satisfação dos funcionários em um time, trará sucesso para a organização e a forma de comunicação com os clientes, sejam diretamente ou indiretamente é o que definirá o diferencial no mercado. O ambiente interno, nível de satisfação e qualidade empresarial juntamente com a eficácia da comunicação e desenvolvimento pessoal, garantem bons resultados.

2. ITAÚ UNIBANCO

Itaú Unibanco S/A, constituída no CNPJ 60.701.190/0001-04 com descrição de atividade em bancos múltiplos com carteira comercial, possui sociedade anônima fechada. Fundada em 1924 na cidade de Poços de Caldas por João Moreira Salles, inicialmente apenas um centro financeiro para a cidade que possuía grande mercado financeiro voltado ao café. Logo após, em 1933, Walther Moreira Salles, com 21 anos, assume os negócios da família e torna-se então a Casa Bancária Moreira Salles. Sucessivamente, em 1945 são abertas agências no estado de São Paulo, divisa com Minas Gerais, nas cidades de São João da Boa Vista e Campinas e logo no Rio de Janeiro.

Ao passar o tempo, o impacto do Itaú no Brasil veio com saldo positivo em vários aspectos e por consequência, trouxe uma nova visão nos princípios ambientais, sociais e de governança. A preocupação com um futuro melhor, trouxe o Itaú a questionar atitudes que movimentam a economia e principalmente a sustentabilidade. Sendo assim, a instituição financeira por sua vez, criou vários projetos e desenvolveu uma atitude com muitos benefícios à sociedade, como, grandes investimentos e doações a instituições de pesquisas que reconheçam e estimulem o desenvolvimento sustentável e saudável. Além de todo compromisso e programa de desenvolvimento dentro das agências para vários setores da economia, empresas e pequenos empreendedores.

Hoje em dia, a instituição financeira possui diversas metas a serem cumpridas ao longo dos anos. Sua missão, visão e valores estão bem amplas e significativas:

- Investimento responsável em setores de impacto positivo;
- Inclusão e empreendedorismo
- Cidadania Financeira e satisfação do cliente
- Transparência na comunicação, demonstrando princípios de valores;
- Ética nas relações;
- Gestão inclusiva e responsável.

Sendo assim, o Itaú, é um dos maiores bancos privados do Brasil, e uma das maiores Instituições financeiras da América latina. Apontada pelo 16º ano seguido como a mais valiosa do país pela Interbrand.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

Lidar com o comportamento humano nas empresas é de extrema importância, pois ajuda a definir a visão, missão e metas. Para se diferenciar de tantas empresas existentes é necessário, pois se alinha com o objetivo de alcançar vantagem competitiva. São por meio de grupos, equipes que trabalham unidas com um mesmo objetivo, obterem resultados melhores, pois cada cargo tem suas funções específicas conforme o meio organizacional.

Através da liderança e sua comunicação é estabelecido um ambiente de trabalho mais eficaz, trazendo motivação aos funcionários para alcançarem suas metas e o crescimento profissional de cada um, trazendo benefícios e melhorias para o ambiente de trabalho.

Em nossa empresa citada, Itaú, utilizamos conforme o parâmetro da Organização das Nações Unidas, “Proteger, Respeitar e Reparar”, nos comprometemos a respeitar os direitos humanos e seguir aquilo que é previsto pela Declaração Universal dos Direitos Humanos das Nações Unidas.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

É notória a satisfação dos funcionários com a empresa, tanto como a organização do ambiente organizacional como o incentivo ao trabalho em equipe, são oferecidas ótimas condições de trabalho e a comunicação entre gestores e funcionários são relevantes e extremamente ótimos, com reuniões diárias sobre qual objetivo de cada um no dia, separados por funções sendo revezado sempre.

Todos os funcionários têm uma meta que é dividida para todos os colaboradores, sendo assim um depende do outro, se os problemas não forem resolvidos um auxilia o outro, a valorização é super-relevante na empresa, sempre que alcançam as metas recebem sempre uma comemoração, brindes e reconhecimento por parte dos gestores. São feitos feedbacks com uma visão de como é elaborado suas tarefas, em que pontos precisa de melhora e o reconhecimento do esforço da equipe.

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

A dificuldade para se trabalhar em equipe são diversas, desde o agendamento de férias em determinadas datas que geram conflitos até a mudança de rotinas, ou organizacionais, um trabalho pedido a parte por conta das metas, depender do outro para que chegue em algo que o gestor pede, isso exige muita flexibilidade.

Saber ouvir, ter interação com os colegas, ajudar um ao outro quando estão sobrecarregados, é necessário saber ajudar para se dar bem no trabalho em equipe, ter empatia, acolher os novos colegas sem medo de o candidato pegue seu lugar na empresa, além do trabalho em equipe ser valorizado pelos gestores, é uma chance de crescer profissionalmente.

Como já dizia Henry Ford “Quando todos avançam juntos, o sucesso ocorre por si só”, sendo assim duas mentes ou mais pensando é capaz de realizar muito mais além do que imagina entregar um resultado melhor, crescer juntos, vai além do individualismo, é sobre pensar em conjunto para pensar no bem da organização, no aumento das metas e acreditar que juntos são mais fortes.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

A comunicação é de grande importância no ambiente empresarial, pois uma mensagem pode ter resultados positivos ou negativos, dependendo da forma em que é escrita ou falada e também pela forma que é recebida e interpretada pelo interlocutor.

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

A comunicação escrita é mais complexa do que a comunicação oral, por que o interlocutor não está presente no momento em que ela está sendo produzida, assim não podendo observar a linguagem corporal de quem escreve, portanto uma mensagem mal escrita ou confusa pode gerar diversas interpretações erradas. Então para comunicação escrita ser eficaz quem está escrevendo deve ter algumas habilidades básicas, que são: escrever com clareza; conhecer bem o público alvo da mensagem como: a idade, região ou cultura diferente, para saber o tipo de escrita adotar e quando estiver em um ambiente organizacional atender-se aos jargões, pois o que certa classe de profissional entende outra classe pode não entender.

Mas em geral para construir uma mensagem que será bem compreendida pelo receptor devemos apenas seguir algumas etapas que são: definir qual é o objetivo da mensagem; utilizar letras ou fontes de fácil compreensão; escrever de forma simples e objetiva; formular um texto organizado, deixando bem claro aquilo que se espera do interlocutor; se o texto for grande dividir em sub títulos descritivos e utilizar exemplos, dados, causas e consequências para explicar a mensagem.

A forma de comunicação escrita mais utilizada no ambiente corporativo atualmente é o e-mail, ele é utilizado tanto na comunicação interna, quanto na externa e para ser um objeto eficaz na comunicação ele deve ser bem claro e objetivo, para que a resposta possa vir com aquilo que precisamos. No dia-a-dia da empresa uma mensagem não representa só quem a escreveu, mas representa toda a empresa, portanto um texto confuso, com erros ortográficos ou mal escrito trás uma visão ruim sobre a empresa.

As mensagens escritas nem sempre são positivas e para amenizar as reações do interlocutor podemos mesclar as informações negativas com algo positivo, vejamos um exemplo a seguir:

No cenário econômico atual muitas empresas precisam fazer corte de custos ou funcionários e transmitir esse tipo de mensagem não é fácil então é bom mesclar a informação ruim com outra que dê um pouco de esperança

Texto:

Prezado colaborador,

Devido ao cenário crítico que estamos passando na economia mundial a empresa necessitou fazer alguns cortes de gastos, para que nenhum funcionário fosse desligado, decidimos retirar temporariamente alguns benefícios, mas assim que essa fase ruim passar os benefícios retornarão com possíveis melhorias.

Agradecemos a compreensão.

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

A comunicação eficaz é quando o que falamos é compreendido pelo interlocutor, para que isso ocorra devemos estar atentos ao nosso tom de voz, a velocidade da fala e a clareza das palavras.

A comunicação pode ser informal ou formal. A comunicação informal é aquela que utilizamos com os familiares, amigos e até mesmo com colegas de trabalho em momentos de descontração, onde não nos preocupamos com a forma que estamos falando, se as palavras estão corretas e as vezes até utilizamos gírias. Já a comunicação formal é aquela, onde falamos corretamente, com vocabulário preciso e objetivo e a utilizamos no ambiente empresarial, quando conversamos com gestores, clientes e colegas de trabalho sobre assuntos pertinentes à empresa e também a utilizamos em reuniões e apresentações.

As reuniões são bem comuns em um ambiente organizacional, elas são essenciais na resolução de problemas, apresentação de propostas e criação de ideias, mas quando mal realizadas pode ser só uma perda de tempo e até mesmo de dinheiro. Por esse motivo devemos seguir alguns pontos importantes para que uma reunião seja bem realizada e tenha bom proveito, esses pontos são:

- Definir o objetivo da reunião;
- Analisar quem realmente precisa participar;
- Definir uma pauta, para que seja falado tudo aquilo que é necessário;
- Controlar o tempo, para que os que falam muito e os que falam pouco tenham oportunidade de falar;

- Encerrar um assunto antes de iniciar outro, para que não fique dúvidas e todos os pontos possam ser abordados;
- Incentivar a participação de todos, fazendo perguntas sobre os tópicos ou abrindo para dúvidas;
- No final fazer um resumo breve daquilo que foi falado e a qual acordo chegaram.

Em algumas organizações também são feitas apresentações, onde uma pessoa fala sobre algum assunto. Para realizar uma apresentação geralmente se usa o método do improviso ou o da leitura ou o da memorização. O método do improviso deve ser usado apenas em apresentações curtas, onde não se teve tempo para preparo e em uma área que se tenha domínio. O método da leitura o apresentador tem um material e somente lê, é um método bem entediante para quem está participando. O método da memorização é quando quem apresenta tem que memorizar todo o tema a ser falado, portanto é o mais difícil. Mas a forma mais interessante de se fazer uma apresentação é utilizar os 3 métodos, memorizar o tema, ter um material de apoio para ler algo importante e improvisar alguma parte, desse modo geralmente é mais fácil o público se envolver.

Na empresa escolhida as reuniões são diárias, para definir quais são os objetivos de cada colaborador naquele dia, nem todas as reuniões são participativas, geralmente só o gestor fala, passando instruções para a equipe, mas algumas se tornam participativas, quando precisam definir objetivos para chegar em algum resultado, com isso todos dão uma opinião e juntos decidem qual é a melhor alternativa. Os resultados das reuniões são colocados em uma planilha e todos seguem aquilo que foi decidido.

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

3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ

Antes de começar a falar sobre a comunicação eficaz, é importante destacar que essa habilidade não é indispensável apenas para quem exerce funções onde precisa falar em público, como radialistas e apresentadores de TV. A comunicação é indispensável em todo e qualquer setor da vida de um indivíduo é um indivíduo bem-sucedido é alguém que desenvolve uma comunicação eficaz, assertiva.

Com isso em mente, é possível dividir a comunicação eficaz em três importantes etapas, a primeira delas é saber adaptar-se ao perfil do interlocutor. Afinal, para que haja comunicação, é preciso haver entendimento. Imagine como um astrofísico poderia explicar a um seringueiro como funciona a gravidade se ele não fosse capaz de adaptar a sua comunicação? Para além da linguagem formal e acadêmica, é necessário entender também que há diferentes formas de comunicação além da verbal e diferentes funções também, como a poética que é muito utilizada em cursos preparatórios para vestibular, com músicas que ajudam os alunos a fixar regras e fórmulas.

É importante conhecer o receptor da mensagem ou o público-alvo. Se uma empresa está divulgando um serviço, por exemplo, é preciso analisar para quem é este serviço, o público mais jovem ou o mais velho? O público da classe D ou da classe B? Quais são os seus interesses e as suas necessidades? Na propaganda “Amor à segunda vista?” do Banco Itaú, eles utilizaram o depoimento de um casal que teve um encontro às cegas para correlacionar ao consórcio e suas vantagens. Utilizando-se do humor, a peça publicitária pergunta a Nanda, personagem da peça, o que é que ela mais gosta no parceiro, Mack. Ao que Nanda responde vantagens e benefícios do consórcio do banco. Nota-se claramente que o público-alvo da propaganda são jovens iniciando a vida adulta, quase sempre sem muitos recursos financeiros e planejando uma vida a dois.

Outra etapa importante para construir uma relação com base na comunicação eficaz, é saber sobre o que se está falando. Em uma relação de trabalho, por exemplo, um líder pode dar uma orientação a um liderado que, posteriormente, pode verificar que na verdade aquela informação não está correta. Por isso, é tão importante ouvir quanto falar. Dessa forma, você não corre o risco do seu interlocutor não confiar ou não acreditar em você e assim cria-se uma relação de confiança.

Utilizando-se da etapa um (tornar a mensagem acessível) e da etapa dois (conhecer o interlocutor) o Itaú promoveu uma famosa campanha publicitária chamada “Privacidade”. Nela, o banco utiliza do risco corriqueiro que a internet proporcionou - o vazamento de dados – para convencer os seus clientes de que ali, no Itaú, os seus dados estão seguros. Para mostrar que sabe do que está falando, o Itaú se utiliza da personagem para citar o vazamento de RG, filiação e aplicações, deixando claro através de um apelo lógico que sabe quais são as informações importantes para seus correntistas e clientes.

A terceira etapa importante para se construir relações utilizando uma comunicação eficaz é saber como falar. Uma tonalidade de voz adequada, um volume vocal adequado ou ainda a maneira como a mensagem é construída, podem mudar completamente a maneira como o interlocutor recebe a mensagem. Imagine um e-mail profissional, por exemplo. Houve um problema no departamento e você precisa que alguém solucione o problema, então você precisará dedicar mais tempo dando orientações e feedbacks e menos tempo falando sobre o problema ou sobre quem ou o que o causou.

Na peça publicitária de Ano Novo de 2022 do Itaú, o banco mostrou o “bebê Alice” - já consagrado fenômeno da internet – conversando com a atriz Fernanda Montenegro. Aqui, ambas falam as mesmas palavras, com os mesmos significados e com entonações diferentes. Assim, o banco transparece seus valores e objetivos de maneira a atingir o público de diversas faixas etárias, classes e níveis educacionais de maneira clara e objetiva.

Em diversas outras peças, é possível notar o banco utilizando-se de todas as três etapas e dos mais diversos tópicos tanto da comunicação escrita, quanto da verbal e quase sempre de ambas aplicadas na comunicação virtual. Uma vez que o banco precisa atingir o maior número possível de pessoas e a internet é um caminho facilitador para

esse objetivo. Vídeos virais; imagens com cores vividas, textos garrafais e de fácil entendimento; presença nas redes sociais com pessoal treinado para responder, tirar dúvidas e dar orientações. Deixa claro que a comunicação eficaz é importante para a empresa, para seus colaboradores e sobretudo, para seus clientes.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Conforme o aprendizado sobre como a comunicação pode promover uma pessoa, listamos algumas das informações mais importantes e necessárias para isso.

Citamos vários comportamentos necessários, como por exemplo os gestos, tom de voz usados, saber como falar e o momento certo tanto no ambiente organizacional como na vida. Pontuamos também a importância da comunicação escrita, pois repassar a mensagem através de e-mails, sites é necessário ser de forma clara e objetiva, ser organizado e ficar bem atento a mensagem repassada.

A importância de expandir o networking, pois para obter visibilidade, maiores chances de carreira é necessário. A comunicação eficaz evita conflitos, trás uma transparência a empresa, fazendo funcionários mais confiantes e clientes mais satisfeitos

<https://youtu.be/ADMDFvM30XE>

4. CONCLUSÃO

Após análises e estudos sobre os temas apresentados, temos o discernimento que está interligado ao bom desenvolvimento de uma empresa. O comportamento humano dentro das organizações, pode ser, se não a mais importante estratégia a ser desenvolvida para que sua missão, visão, valores e metas sejam cumpridas de forma eficiente. Um dos resultados visíveis é a estrutura organizacional e a formação de uma equipe trabalhando para obterem um mesmo resultado. Logo sabemos também, que a dificuldade em desenvolvimento pessoal pode ocorrer internamente se a equipe não estiver bem preparada, pois conflitos, mudanças de rotinas e pessoal podem acontecer durante o processo, e dificuldades acontecerão. Porém, uma das soluções além de projetos e metas traçadas, citamos também a importância da comunicação de forma prática e com clareza. A linguagem oral e escrita de forma correta no ambiente corporativo, traz benefícios visíveis à resolução dos conflitos internos e externos, além do próprio desenvolvimento profissional da equipe.

O Itaú S/A por sua vez possui projetos ligados à ética, e comunicação como metas de melhorias para os próximos anos com excelência no que fazem. Internamente com seus colaboradores, através de canais de comunicações, aplicativos e sites, como também externamente transmitindo segurança e atualidades com comerciais, parcerias e propagandas em redes sociais famosas com blogueiros e influenciadores.

REFERÊNCIAS

GUERSON, Cindy. Comunicação formal x informal: Quando, como, e em que situações usá-las? **Voitto**, 2022. Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/comunicacao-formal-e-informal/amp>. Acesso em: 13 de jun. de 2022.

ITAÚ, QUEM SOMOS - <https://raoitau.riweb.com.br/quem-somos/> Acesso em: 18 de jun. de 2022.

ITAÚ NOSSA HISTÓRIA, <https://www.italy.com.br/relacoes-com-investidores/nossa-historia> Acesso em: 19 de jun. de 2022.

NOBLE, D. et al. Comunicação e Expressão. 2ª Edição. Editora Grupo: A, 2019.

ANEXOS

<https://youtu.be/ADMDFvM30XE>