



UNIFEOB

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

**ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

PROJETO INTEGRADO

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

AESA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

PROJETO INTEGRADO

A COMUNICAÇÃO ENTRE AS EQUIPES NO
CONTEXTO ORGANIZACIONAL

AESA

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES - PROFa.
LEONOR CRISTINA BUENO

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO - PROFa. JULIANA MARQUES
BORSARI

ESTUDANTES:

WELLEN DE CARVALHO SCATOLINI - RA 1012021100630

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	6
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	8
3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL	8
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ	9
3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ	9
4. CONCLUSÃO	11
REFERÊNCIAS	12

1. INTRODUÇÃO

Há tempos, as mudanças têm sido muitas em relação à comunicação, nas estratégias que são utilizadas, na importância que esta tem nas relações, quer pessoais, quer profissionais. Hoje em dia, fruto de uma sociedade que desenvolve e quebra barreiras de comunicação a um ritmo chocante, estas mudanças tiveram e têm um impacto crescente na dimensão da sua importância. Com isso, hoje os colaboradores, de qualquer organização, são agentes ativos na construção e circulação da comunicação e não meros intermediários para a concretização dos objetivos organizacionais, tal como foram percebidos em tempos mais recuados. O interesse pelo estudo da comunicação organizacional advém do facto de esta ser uma componente fundamental em qualquer organização, capaz de conduzir a comportamentos de maior ou menor adequação aos objetivos individuais, grupais e organizacionais. Cada vez mais, novas concepções têm vindo a ser despoletadas na estrutura e nas atividades, uma vez que envolvem maiores preocupações, tais como conciliar, tanto os interesses da organização, como os interesses dos que nela trabalham. Esta relação da organização com o colaborador oferece incentivos e recompensas em troca de empenho e dedicação por parte destes. Nos tempos atuais, a visão sobre os colaboradores alterou-se e estes são considerados como a principal fonte do sucesso organizacional, um capital humano, que simboliza a importância das pessoas para a eficiência e eficácia organizacional. As mudanças na sociedade e das prioridades organizacionais, que favoreceram a necessidade de humanizar e democratizar a Gestão, libertando-a de conceitos rígidos e mecanicistas derivados da Teoria Clássica, que durante a revolução Industrial, via o homem como uma máquina, visando, unicamente, a produção mais rápida, eficaz e de baixo custo. Com o passar do tempo, os conceitos mecanicistas e rígidos de gestão revelaram-se ineficazes, já que contribuíam para existência de trabalhadores cada vez mais desmotivados com as condições de trabalho que lhes eram impostas, o que acabou por “desacelerar” a produção, gerando um efeito contrário ao esperado. Os trabalhadores são seres sociais, relacionais, movidos por necessidades intrínsecas e por necessidades extrínsecas. É também necessário que os interesses da organização estejam de acordo com a auto realização dos trabalhadores, o que requer uma constante atenção às suas necessidades individuais. Sendo o trabalho considerado como conjunto de atividades grupais, estas são mais influenciadas pelas normas de grupo, do que pelos incentivos salariais e materiais, uma vez que o ser humano é motivado pela necessidade de conviver, comunicar e ser reconhecido. Nesse sentido,

“as organizações são instrumentos sociais através dos quais as pessoas combinam os seus esforços e trabalham juntas para atingir propósitos que isoladamente jamais poderiam alcançar” (Chiavenatto, 2004, p.20). Neste contexto, constituiu-se uma das prioridades nas organizações a existência de uma comunicação interpessoal que seja clara, que encoraje a melhoria do relacionamento e aumente a consciência de que as emoções positivas levam a uma maior perseverança, para com situações adversas. Esta consciência origina um aumento de comportamentos esforçados e persistentes com o sentido de alcançar os objetivos. Uma vez que cada pessoa possui necessidades e fatores motivacionais diferentes, as organizações devem identificar os fatores que motivam os seus colaboradores para que estes possam contribuir de forma eficaz para a organização.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa AESA Automolas e Equipamentos LTDA, está localizada BR 369 | Rod. Mello Peixoto, 3548 CEP: 86192-170 Cambé – PR +55 (43) 3174-3000, escrita no CNPJ: 25.458.445/0001-00, classificada como uma empresa de grande porte, que conta com mais de 400 funcionários.

A AESA é fabricante original de feixes de molas para carretas e grampos de fixação e acessórios para caminhões.

Além do crescimento e reconhecimento no Brasil, a AESA já havia conquistado a confiança do mercado internacional, para o qual exporta há mais de 30 anos. Hoje, seus produtos chegam a mais de dez países da América Latina, além da Nigéria, na África.

O século XXI chegou e com ele uma nova fase na AESA. Movida pelo objetivo de transformar a ideia de Responsabilidade Ambiental em ações efetivas, a AESA implementou diversos processos orgânicos e limpos, buscando a diminuição progressiva do nível de resíduos. Também incentivou a coleta seletiva e a reciclagem do lixo dentro da fábrica.

A AESA não deixou que sua meta de evolução visível ficasse restrita aos negócios e atravessou o tempo incentivando o crescimento profissional de seus funcionários, estimulando o desenvolvimento da sua comunidade, apoiando e patrocinando movimentos culturais, sociais e esportivos através de projetos como a criação do site cultural-educativo Aldeia Numaboia e do site da Orquestra de Câmara Solistas de Londrina.

Novas tecnologias foram adquiridas pela AESA, que em uma parceria com o Núcleo de Manufatura Avançada (NUMA) da USP de São Carlos, passou a se preparar para a automação de toda a fábrica.

Dentre as inovações em equipamentos e processos estavam a tecnologia avançada em conformação de materiais, o shot peening, a pré-carga, o tratamento térmico a gás com controle eletrônico e a arqueadeira com controle numérico computadorizado.

Em 2005, a AESA conquista a certificação ISO 9001:2000 de seu sistema de gestão da qualidade, moderniza sua logomarca, muda-se para uma nova sede e fortalece ainda mais os laços com seus clientes.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

Diversas são as perspectivas que se relacionam com a definição de um bom profissional. Na minha concepção devemos ter em mente que as avaliações tanto pessoais ou profissionais são parte de aprendizados. Os nossos resultados podem ser utilizados para buscar o constante aperfeiçoamento. As avaliações podem assumir diversas configurações, de forma geral, as em grupos apresentam melhores desempenhos, já que cada pessoa pode apresentar impressões diferenciadas sobre as nossas atitudes e auxiliar no planejamento e reformulação de pessoal.

3.1.1 O TRABALHO EM EQUIPE

Todos os funcionários da AESA, no exercício das responsabilidades que lhes são atribuídas, devem fazê-lo em absoluta conformidade com as políticas estabelecidas pelo Código de Conduta da AESA nossa opção é seguir os níveis éticos mais elevados; exceto nos casos em que o estabelecido no Código for proibido por uma lei local. A estrita observância do Código e das leis aplicáveis são o padrão mínimo de conduta aceito pela AESA. Esperamos de todos os funcionários que atuem segundo o mais elevado nível de ética em todas as atividades e transações envolvendo a AESA.

Todos somos melhores quando trabalharmos com o mesmo objetivo e compartilharmos os mesmos valores. A nossa cultura partilhada ajuda-nos a atuar de forma coerente no melhor interesse dos nossos clientes, acionistas, das comunidades e de nós próprios. Esta cultura partilhada baseia-se em seriedade, transparência, credibilidade, evolução e parceria. Seriedade: agimos com retidão, cumprimos nossas promessas e assumimos nossas responsabilidades; Transparência: expressamos nossos pensamentos e assumimos nossos compromissos com clareza, honestidade e sem dissimulação;

Credibilidade: agimos de maneira que todos possam confiar em nós; Evolução: trabalhamos constantemente para fazer o melhor com os recursos disponíveis e sempre buscamos a inovação; Parceria: união de esforços para realizações e conquistas.

3.1.2 DIFICULDADES PARA SE TRABALHAR EM EQUIPE

São muitos os conflitos que acontece durante um trabalho em equipe. Entre os principais, podemos citar: diferentes estilos de trabalho; ausência de processos; objetivos divergentes; problemas interpessoais.

Algumas situações que sempre acontece e 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.

3.2 COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

A comunicação é uma ferramenta indispensável no contexto da assistência, sendo a forma escrita amplamente utilizada nas atividades educativas em saúde. Este artigo descreve aspectos relacionados com a linguagem, ilustração e layout que o profissional de saúde deve considerar para elaborar material educativo impresso de modo a torná-lo legível, compreensível, eficaz e culturalmente relevante. Considerando-se a grande contribuição do material escrito no contexto da educação em saúde e o papel desses recursos para se promover saúde, prevenir doenças, desenvolver habilidades, favorecer a autonomia do paciente, conclui-se que é importante criar, desenvolver e produzir um material de qualidade que alcance os objetivos do atendimento das necessidades do paciente.

3.2.1 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ESCRITA

As etapas para a construção de uma mensagem eficaz é: Identificar os públicos de interesse; determinar os objetivos da comunicação; desenvolver a mensagem; selecionar os canais de comunicação; definir o orçamento total da comunicação.

Exemplos que utilizamos no dia-a-dia: ” Os produtos AESA podem ser destinados para reciclagem/reuso para tratamento pós-uso e disposição final”.

3.2.2 EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO ORAL

Expressar-se para várias pessoas pode ser algo fácil para alguns. Para outros, é um verdadeiro tormento.

Segundo pesquisa publicada pelo Jornal The Times, 41% dos indivíduos tem receio de se comunicar com grupos.

O mais curioso relatado neste estudo é que problemas financeiros, doenças e mortes causam menos medo aos entrevistados do que falar em público.

Esses dados são realmente preocupantes, uma vez que as habilidades da comunicação são fundamentais tanto na vida pessoal quanto na vida profissional.

Por isso conhecer, desenvolver e aprimorar técnicas de apresentação é muito importante. Afinal usá-las, surgem diversos benefícios como:

- Ter mais consciência do que está sendo feito
- Conhecer-se melhor e, assim, escolher as táticas mais apropriadas
- Preparar a exposição com antecedência e clareza
- Estudar quem são os ouvintes, sabendo como se comunicar com eles
- Diminuir a ansiedade causada pela fala em público
- Alcançar o sucesso da apresentação.

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

3.3.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ

- A comunicação, quando realizada de forma efetiva, favorece o envolvimento do colaborador com os princípios da empresa, reforçando seus valores frente aos parceiros. Além disso, ela é uma ferramenta que promove a sinergia para alcançar os resultados almejados.

- Uma boa conversa tem muito poder. E ela se torna ainda melhor quando seus participantes deixam o ego de lado para construir um diálogo que provoque amadurecimento em ambas as partes. Conversar é expor suas ideias, mas também é saber exatamente como ouvir as do outro. Questionar é permitido, mas sempre com respeito.

Quem gosta de desenhar sempre tem algo a ensinar a quem gosta de jogar bola. E vice-versa

- A boa comunicação escrita depende de um bom planejamento do texto. Mas depende também, obviamente, de um domínio do idioma em que a mensagem será transmitida. Precisa de bom senso ao escolher o grau de formalidade da linguagem utilizada. Precisa de observação, de reflexão, de conhecer o outro.

- A comunicação virtual claramente tem muitas vantagens, incluindo aumento da produtividade, custos de negócios reduzidos e um melhor equilíbrio entre vida profissional e pessoal da força de trabalho.

4. CONCLUSÃO

A importância da comunicação no contexto organizacional, está associado ao facto deste tema ter grande interesse pessoal e ser cada vez mais valorizado, dado o seu impacto no modo de funcionamento das organizações. Com efeito, “sem comunicação, não pode haver organização, gestão, cooperação, motivação”.

Através das entrevistas realizadas a estes colaboradores, por meio de comunicação virtual, foi possível analisar as diversas ocorrências no dia-a-dia da empresa que levam a determinados resultados, estando por de trás de cada acontecimento a influência da comunicação organizacional, tentando-se assim, compreender a sua real importância e de que forma esta contribui para os resultados, eficácia e eficiência desta. A análise dos dados obtidos revela que os entrevistados demonstraram uma grande consciencialização do que acontece no ambiente organizacional, tanto nos aspetos que podem ser melhorados e nas razões por detrás desses acontecimentos, como daquilo que é a realidade organizacional e que contribuiu para o seu desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

Wolf, M. (1992). Teorias da comunicação.

Jacomini, L. (2011). O papel da comunicação nas organizações. Rev. Npi/Fmr. Acesso em 14/06/2022. URL: http://www.fmr.edu.br/npi/npi_papel_com_org.pdf

Chiavenato, I. (2011). Introdução à Teoria Geral da Administração. Elsevier Brasil.
Chiavenato, I. (2004). Comportamento Organizacional: A dinâmica do sucesso das organizações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.

JOVANA, Samanta. (2018) <https://rockcontent.com/br/talent-blog/comunicacao-eficaz/>
Acesso em (15/06/2022)

Publicado por lonax-admin. ENTENDA A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO VIRTUAL PARA CONVERSAR COM OS CLIENTES (11/0920) <https://lonax.com.br/blog/comunicacao-virtual/>

WAGNER III, John A.; HOLLENBECK, John R. II. Comportamento Organizacional: criando vantagem competitiva. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.