

Glória W. de Oliveira Souza

COMUNICAÇÃO NA EMPRESA

**exercícios lúdicos com
questionário**

1ª edição

São Paulo

Edição do autor

2023

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

S729c Souza, Glória W. de Oliveira.
Comunicação na empresa: exercícios lúdicos com questionário /
Glória W. de Oliveira Souza. – São Paulo, SP: Ed. do Autor, 2023.
235 p. : 14 x 21 cm – (Fixação de Conteúdo)

Inclui bibliografia
ISBN 978-65-00-67464-4

1. Comunicação empresarial. 2. Pequenas e médias empresas –
Administração. I. Título.

CDD 658.45

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

REFERÊNCIA:

SOUZA, Glória W. de Oliveira. Comunicação na empresa: exercícios lúdicos com questionário. São Paulo, 2023. 235 p.

Bibliotecário responsável: Maurício Amormino Júnior (CRB6-2422)

Copyright © by Glória W. de Oliveira Souza,
2023

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9.610 de 19/02/1998. Nenhuma parte deste livro pode ser gravada, armazenada em sistemas eletrônicos, fotocopiada, reproduzida por meios mecânicos ou outros quaisquer sem autorização prévia da autora.

gloria@canalw.com.br

Primeira edição: abril de 2023

Projeto gráfico da capa:

Glória W. de Oliveira Souza

gloria@canalw.com.br

Diagramação:

Glória W. de Oliveira Souza

Revisão:

Glória W. de Oliveira Souza

***À Chucamel,
Amor que se foi e deixou
uma enorme saudade***

Sumário

	Prefácio	13
	Introdução	17
	Lúdico	25
	Textos-base	31
	Clientes	35
	Controle	41
	Considerações	49
1	TB – Core business: o que é e como identificar o da empresa?	55
	Questionário - Core business: o que é e como identificar o da empresa?	83
2	TB – Porque as empresas têm prejuízo?	89
	Questionário - Porque as empresas têm prejuízo?	97
3	TB – Atender bem o cliente ajuda a prolongar a vida das empresas	103

	Questionário - Atender bem o cliente ajuda a prolongar a vida das empresas	111
4	TB – ‘Inovação é o que move as empresas’	117
	Questionário - Inovação é o que move as empresas’	123
5	TB – 69% das empresas monitoram o que é dito nas redes sociais	129
	Questionário - 69% das empresas monitoram o que é dito nas redes sociais	133
6	TB – Diferenças entre comunicação de massa e comunicação segmentada	139
	Questionário - Diferenças entre comunicação de massa e comunicação segmentada	145
7	TB – A comunicação que te tornará mais persuasivo e efetivo	151
	Questionário - A comunicação que te tornará mais persuasivo e	155

	efetivo	
8	TB – A difícil arte de se relacionar	161
	Questionário - A difícil arte de se relacionar	171
9	TB – A força da rádio-peão	177
	Questionário - A força da rádio-peão	181
10	TB – Veja tendências para comunicação e marketing até 2030	187
	Questionário - Veja tendências para comunicação e marketing até 2030	195
	Solução	201
	Saiba mais	213
	Bibliografia	217
	Shortbio	233

Prefácio

Uma empresa é uma unidade econômico-social, constituída por elementos humanos, materiais e técnicos, cujo objetivo é obter utilidades através da sua participação no mercado de bens e serviços. Nesse sentido, faz uso dos fatores produtivos (trabalho, terra e capital). As empresas podem ser classificadas de acordo com a atividade econômica que desenvolvem.

Assim sendo, temos empresas pertencentes ao setor primário (que obtêm os recursos a partir da natureza, como é o caso das agrícolas, pesqueiras ou pecuárias), ao setor secundário (dedicadas à transformação de matérias-primas, como acontece com as industriais e as da construção civil) e ao setor terciário (empresas que se dedicam à prestação de serviços ou ao comércio)”. Para Russar¹ o instituto ‘empresa’ pode ser conceituado como a "atividade econômica organizada de

¹ Disponível em <https://blog.betrybe.com/soft-skills/comunicacao/#:~:text=A%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20faz%20parte%20dos,uma%20carreira%20profissional%20de%20sucesso>. Acesso em 08 abr. 2023.

produção e circulação de bens e serviços para o mercado, exercida pelo empresário, em caráter profissional, através de um complexo de bens".

Deve-se lembrar que "a palavra empresa (do latim "imprehensa", "empreendida", pelo italiano impresa, "empresa") significa «tarefa ou empreendimento de execução difícil e/ou laboriosa; realização; empreendimento; projeto". Couto² aponta que os principais tipos de empresa são: Microempreendedor Individual (MEI), Empresa Individual, Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI), Sociedade Limitada (Ltda.), Sociedade Simples (SS), Sociedade Anônima (S/A) e Sociedade Limitada Unipessoal (SLU).

E a importância dela está em, além de gerar riquezas, é agente de transformações na sociedade. Tendo em vista o fim maior da ordem econômica, a atividade econômica organizada perpassa a persecução do lucro, assumindo importante tarefa ao lado do Estado na promoção da justiça social.

² Disponível em [https://www.nuvemshop.com.br/blog/como-definir-tipo-de-empresa/#:~:text=Os%20principais%20tipos%20de%20empres a,Sociedade%20Limitada%20Unipessoal%20\(SLU\)](https://www.nuvemshop.com.br/blog/como-definir-tipo-de-empresa/#:~:text=Os%20principais%20tipos%20de%20empres a,Sociedade%20Limitada%20Unipessoal%20(SLU).). Acesso em 08 abr. 2023.

Portanto, abrir uma empresa não é somente fazer registro nos órgãos públicos, mas também estar ciente que tem uma responsabilidade social.

Introdução

A comunicação é “um processo que envolve a troca de informações entre dois ou mais interlocutores por meio de signos e regras semióticas mutuamente entendíveis. Trata-se de um processo social primário, que permite criar e interpretar mensagens que provocam uma resposta cujo elementos são emissor; receptor; mensagem; canal; código e contexto. E a função final da comunicação é o de facilitar o processo de tomada de decisões. Por meio da comunicação é fornecida a informação para que indivíduos e grupos possam se juntar, trocar dados e conhecimentos para identificar e avaliar opções alternativas.

Lembre-se que o conceito de comunicação vem do latim *communicare*, que significa tornar comum, compartilhar, trocar opiniões, associar, conferenciar. O ato de comunicar implica em trocar mensagens, que por sua vez envolve emissão e recebimento de informações. E para que haja uma boa comunicação o processo de transmissão de informações de forma clara,

objetiva e precisa, onde uma pessoa é compreendida pelas demais.

A importância da comunicação é que ela faz parte “dos seres humanos desde antes da formação da sociedade e até os dias de hoje garante com que consigamos transmitir nossas ideias e pensamentos, além de resolver nossos conflitos e ajudar na construção de uma carreira profissional de sucesso”, nos ensina Noletto³. E, em relação a empresa, o papel e função final⁴ da comunicação “é facilitar a tomada de decisões. Ela proporciona as informações de que as pessoas e os grupos precisam para que se identifiquem e avaliem alternativas. Quanto mais informações estão disponíveis, melhor será a tomada de decisão, por ser feita em contexto esclarecido”.

³ Disponível em <https://blog.betrybe.com/soft-skills/comunicacao/#:~:text=A%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20faz%20parte%20dos.uma%20carreira%20profissional%20de%20sucesso>. Acesso em 08 abr. 2023.

⁴ Disponível em <https://institutoaja.com/conheca-as-4-funcoes-da-comunicacao-e-como-elas-auxiliam-no-trabalho-da-justica/#:~:text=A%20fun%C3%A7%C3%A3o%20final%20da%20comunica%C3%A7%C3%A3o,ser%20feita%20em%20contexto%20esclarecido>. Acesso em 08 abr. 2023.

Entretanto, nem todo mundo consegue compreender a comunicação e nem sequer identifica a informação. Um fator que interfere nessa transferência de informação é a dificuldade do receptor da mensagem em compreender o conteúdo da mesma. O analfabetismo funcional – saber ler, mas não captar integralmente o teor do que lê – deve ser encarado como um câncer a ser combatido, pois é a incapacidade que uma pessoa demonstra ao não compreender textos simples. Tais pessoas, mesmo capacitadas a decodificar minimamente as letras, geralmente frases, sentenças, textos curtos e os números, não desenvolvem habilidade de interpretação de textos e de fazer operações matemáticas.

Estudos recentes apontam, conforme Saldaña⁵, que adultos de mais de 25 anos não sabem fazer operações matemáticas simples: 75% não sabem médias simples; 63% não conseguem responder a perguntas sobre percentuais e 75% não entendem frações.

⁵ Disponível em <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/adultos-nao-sabem-matematica-basica>. Acesso em 01 nov. 2015.

A situação fica mais crítica quando identificamos que pesquisa divulgada pela ONG Ação Educativa, em colaboração com o Instituto Paulo Montenegro, onde se constatou que 27% dos brasileiros são analfabetos funcionais. O estudo tomou por base 130 milhões de brasileiros com idade acima de 15 anos. A ONG e o Instituto iniciaram o levantamento em 2001 e criaram o Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf). Desde então, reduziu-se analfabetismo funcional, de 39% para 27%. Mas isso não é motivo para festa, pois os estudos revelaram um panorama mais cruel. O Inaf considera três níveis de alfabetização: a rudimentar, a básica e a plena.

A rudimentar permite ler um anúncio e operar com pequenas quantias; a básica possibilita ler textos mais longos e vencer operações como as que envolvem proporções; já a plena, que contempla níveis mais altos de análise de textos e de operações matemáticas. Também é muito desanimadora a constatação de que, mesmo entre os portadores de diploma universitário, existe deficiência na alfabetização. 38% não alcançam o nível de alfabetização plena. E a perspectiva não é nada animadora. Dentre as 5,5 mil cidades brasileiras, o Instituto

de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) identificou que em 30 desses municípios mais de 40% da população não sabe ler ou escrever um simples bilhete.

Os dados nos remetem que é urgente e necessário a capacitação dos profissionais de hoje, qualquer que seja a ocupação, de cargos de gerência a técnicos, de dirigentes a microempreendedor, precisam apostar no pessoal para vislumbrar a inserção no mercado com vista ao crescimento. E não é preciso esperar que o incentivo e o investimento venham da empresa. Deve ser uma iniciativa própria do profissional. Segundo o site Administradores, há uma grande preocupação em relação à gestão de pessoas, cuja realidade direciona, obrigatoriamente, as pessoas a buscar aperfeiçoamento e capacitação. E isso ocorre em todos os níveis funcionais. Em cargos de alto escalão ocorre muita dança das cadeiras, em que executivos de diversas formações tentam emplacar suas visões visando reter mão de obra. Já no chão da empresa, a situação é diferente. A falta de qualificação é enorme e, geralmente, o discurso difere da prática. Tanto é que empresas de treinamento costumam utilizar da figura do 'cliente secreto' para compreender como atuam

funcionários e lideranças em relação ao público-alvo da organização. Descubrem que a maior deficiência está na base de tudo: o atendimento as pessoas. Identificado, o treinamento faz a devida correção e o resultado é: maior motivação dos funcionários e menor rotatividade nos postos de trabalho.

O mercado tem exigido que profissionais com as qualificações mais requeridas investissem em treinamentos e programas de capacitação. Essa é uma preocupação que deve também fazer parte da atenção dos gestores, pois esses podem ter políticas de retenção e desenvolvimento de novos talentos dentro da organização. E, em razão da concorrência, empresas já ampliam seus programas de formação para além de suas fronteiras. E isto é feito porque a falta de talentos é uma das principais preocupações das empresas no mundo todo.

Pesquisa feita em 39 países, sendo 10 da América, incluindo o Brasil, além da Ásia-Pacífico, Europa, Oriente Médio e África. O levantamento apontou que 21% das empresas sentem essa carência. Para alterar esse quadro, os gestores estão mudando suas estratégias de

recrutamento, incluindo escolher pessoas que, atualmente, não tenham as habilidades necessárias para o cargo disponível, mas possuem potencial para aprenderem e se desenvolverem.