

MÓDULO II

# COMUNICAÇÃO E COMPORTAMENTOS PROFISSIONAIS

UNIDADE 5

COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL



## ÍNDICE

---

<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>4</b>
<b>1. COMPORTAMENTO E ATITUDE.....</b>	<b>7</b>
1.1. COMPORTAMENTO .....	7
1.2. ATITUDES .....	8
1.3. RELAÇÃO: COMPORTAMENTO E ATITUDE .....	8
<b>2. CULTURA E CLIMA ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>13</b>
2.1. CULTURA ORGANIZACIONAL .....	13
2.2. CLIMA ORGANIZACIONAL .....	15
2.3. RELAÇÃO: CLIMA E CULTURA ORGANIZACIONAL .....	16
<b>3. ETIQUETA E POSTURA EMPRESARIAL.....</b>	<b>18</b>
3.1. COMPORTAMENTOS E ATITUDES .....	20
3.2. ETIQUETA NUM ESPAÇO PÚBLICO .....	21
<b>4. ETIQUETA AO TELEFONE.....</b>	<b>22</b>
<b>5. ETIQUETA NA INTERNET .....</b>	<b>25</b>
5.1. ETIQUETA NO ENVIO DE <i>E-MAILS</i> .....	26
5.2. GESTÃO DE CORREIO DE VOZ .....	27
<b>6. ETIQUETA EM REUNIÕES.....</b>	<b>28</b>
6.1. ETIQUETA EM <i>OPEN SPACE</i> .....	29
<b>7. ETIQUETA NO VESTUÁRIO .....</b>	<b>31</b>
7.1. ESTILO <i>BUSINESS</i> .....	33
7.2. ESTILO BUSINESS CASUAL.....	34
7.3. ESTILO <i>SMART CASUAL</i> .....	35

8. ETIQUETA COM MATERIAL DA EMPRESA .....	36
CONCLUSÃO .....	37
AUTOAVALIAÇÃO .....	39
SOLUÇÕES .....	43
PROPOSTAS DE DESENVOLVIMENTO DO ESTUDO .....	44
BIBLIOGRAFIA .....	45

## OBJETIVOS

---

Com esta unidade didática pretendemos que adquira conhecimentos e competências para:

- Distinguir comportamento e atitude.
- Diferenciar cultura e clima organizacional.
- Conhecer regras de etiqueta organizacionais e comportamento social.
- Conhecer regras de etiqueta ao telefone.
- Saber qual a indumentária mais adequada a cada ambiente organizacional, ou tipo de empresa.
- Compreender as regras básicas relativas ao material da empresa.

## INTRODUÇÃO

---

Quando integramos uma nova empresa passamos necessariamente por um processo de “absorção” de cultura organizacional. É fundamental percebermos o clima organizacional, os hábitos, o que é bem visto e o que não é.

Não se trata de uma questão de “copiar” o comportamento de alguém, mas sim de nos adaptarmos ao ambiente que se vive em determinada empresa.

Será fácil perceber se pensarmos, por exemplo, no ambiente que se vive numa fábrica de sapatos, onde o trabalho é muito manual e físico, ou num escritório de advogados, onde se espera encontrar um ambiente bem mais formal e “sério”, ou melhor, não tão descontraído. Contudo, não se trata de uma regra; há muitas empresas que apesar de a área de negócio tudo indicar que se trata de uma empresa formal, têm por vezes surpreendentemente, um ambiente extremamente descontraído.

Há empresas onde é normal trabalhar a partir de casa, e quando estamos no escritório, podemos ocupar qualquer lugar, e onde para descontrair podemos usufruir da consola de jogos que está disponível na sala de convívio; mas talvez esta não seja a regra na generalidade das empresas em Portugal atualmente. Por este motivo, há algumas regras de comportamento que podem não ser generalizáveis a todas as empresas. O que numa empresa parece mal fazer (comer na secretária, por exemplo), noutra pode ser perfeitamente normal (é frequente noutros países almoçar uma sandes na secretária, por exemplo). Contudo, há algumas regras de boa educação que, digamos, são transversais na maioria das empresas nacionais.

Nesta unidade didática iremos abordar algumas regras facilitadoras do processo de adaptação comportamental a uma empresa.





# 1. COMPORTAMENTO E ATITUDE

---

## 1.1. COMPORTAMENTO

A adaptação e adequação da ação do sujeito passa primeiramente pela análise daquilo que o rodeia. Esta análise, que tem a sua origem na observação e consequente vivência direta, permite que ao longo do tempo o sujeito se possa ir adequando e adaptando, isto é, moldando o seu comportamento.

Embora restringir o conceito de comportamento seja uma tarefa muito complexa, uma vez que este acarreta diferentes perspectivas teóricas, que evidenciam as suas posições particulares, por ele entende-se:



Definição


"(...) toda e qualquer ação, seja a reflexa (...), [ou] conscientes que envolvem experiências, conhecimentos, pensamentos e ações intencionais (...)". Silvia Lane, (2006).

Assim, o comportamento do sujeito inclui não só o que é consciente e contém ação, mas também os seus reflexos, uma vez que se encontra em constante interação com o meio envolvente, neste caso, o meio empresarial e laboral. É esta interação que nos permite recolher informação e, a partir dela adotar ações adequadas à expectativa que depositam em nós.

## 1.2. ATITUDES

No decorrer do processo interativo descrito, entre o indivíduo e o meio envolvente, que permite a adaptação da ação individual, de acordo com aquilo que vivencia, desenvolve-se um outro: a atitude.

Embora dificilmente dissociáveis, a atitude distingue-se de comportamento, uma vez que enquanto o comportamento se cinge à ação, seja consciente ou reflexa, a **atitude será a carga ou a quantidade de afeto que o sujeito coloca em relação a determinado objeto, podendo ser de origem positiva ou negativa.**



Atenção

Por objeto entendemos não somente materiais, mas também indivíduos, experiências, memórias.

## 1.3. RELAÇÃO: COMPORTAMENTO E ATITUDE

A relação, e a compreensão entre atitude e comportamento estende-se além de ambas, tocando outros fatores como a crença e a intenção (Fishbein e Ajzen (1975) in Lima e D'Amorim, 1986).

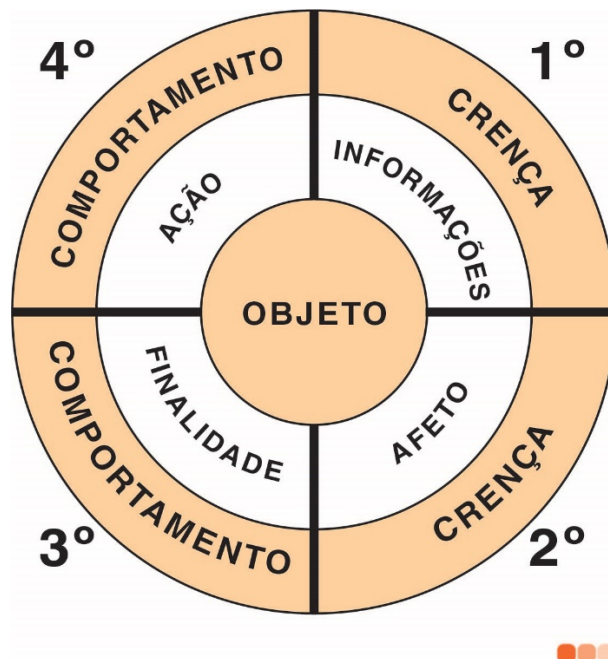


Curiosidade

Enquanto crença se refere "(...) à informação que o indivíduo tem a respeito do objeto da atitude (...) a intenção refere-se ao propósito que um indivíduo tem de desempenhar um comportamento."

Lima e D'Amorim (1986).

Na figura seguinte podemos perceber graficamente como estes fatores se vão relacionando, dando origem a ações sobre determinado objeto:



- Primeiro, para determinado objeto recolhemos e analisamos a informação que ele nos vai passando continuamente.



Exemplo

Automóvel azul; comercial de dois lugares; computador de bordo; 0 quilómetros.

- De seguida, para esse mesmo objeto, construímos uma determinada afetividade, positiva ou negativa.



Exemplo

Automóvel confortável, com computador de bordo e espaçoso.

- Depois, de acordo com as informações e carga afetiva construída, definimos o propósito da ação.



Exemplo

Pretendo comprar o veículo.

- Por fim, e tendo em conta os anteriores fatores, ocorre a ação.

**Exemplo**

Aquisição do automóvel.

Todo o processo é muito rápido e mental até ser passado à ação, isto é, até haver ação. Contudo, é importante ter em atenção que todo o processo descrito, tem ainda inerente a interatividade comportamental, ou seja, sofre influências e pressões sociais.

Tanto ocorrem estas pressões, que Fishbein e Ajzen (1975) nomeados por Lima e D'Amorim (1986) afirmam:

**Desenvolvimento**

“(...) a intenção é determinada por dois fatores: um pessoal e outro refletindo a influência social. O primeiro é a avaliação, positiva ou negativa, de um indivíduo em relação ao desempenho do comportamento, denominado atitude em relação ao comportamento. O segundo refere-se à percepção da pessoa a respeito das pressões sociais, exercidas sobre ela, para desempenhar ou não aquele comportamento (...)”

Fishbein e Ajzen (1975) in Lima e D'Amorim (1986)



Deste modo, os fatores abordados estão interligados, mas também em constante interação com o meio envolvente. Entender estas complexas relações, é assim, essencial para a movimentação no seio de uma organização, na medida em que permite identificar e melhor gerir as pressões profissionais quotidianas.

## 2. CULTURA E CLIMA ORGANIZACIONAL

---

### 2.1. CULTURA ORGANIZACIONAL

Muito embora as definições sejam variadas e o foco da sua interpretação possa variar (a organização **é** uma cultura ou a organização **tem** uma cultura), sabemos (Duarte Gomes, 1994 que):

- Toda a organização tem uma história.
- Toda a organização tem um percurso distinto.
- Toda a organização é socialmente construída.

Assim, no momento em que desempenha funções numa determinada organização, irá ser parte integrante da mesma. É portanto, crucial que saiba interpretar qual a cultura em que atua. Para tal, poderá identificar os seguintes elementos que compõem a organização, aos quais se adiciona as normas e regulamentos físicos:

- História:

- Que eventos marcam a organização, desde a sua criação?

- Linguagem:

- Qual a linguagem adotada? É mais ou menos formal? Existem - e se existem quais são - os códigos a serem utilizados?

□ Rituais:

- Quais os costumes da organização?



Exemplo

No aniversário de colaboradores, são os colegas de departamento que cozinham e levam o bolo.

□ Comportamentos.

- Quais são os comportamentos desejáveis e indesejáveis?  
Sobre quais existem sanções e recompensas?

Devemos entender que cada organização é única, mas tal como os indivíduos, está em constante interdependência com o meio, por isso é muito importante conhecê-la para que seja possível atuar e reagir de acordo com as expectativas em si depositadas .



Relembre

“Se por uma cultura entendermos um sistema complexo e interdependente de representações que possibilita aos diferentes atores interpretar e agir na situação em que se encontram, dar solução aos problemas com que se confrontam, orientar e dar sentido aos comportamentos na e da organização; que funda o modo habitual e recorrente de **pensar, sentir, agir e reagir**, característico de uma dada organização, num dado momento, e que, por isso, adquire, para ela e para os seus participantes, um valor estratégico (...)”

(Duarte Gomes (1994))



## 2.2. CLIMA ORGANIZACIONAL

Como resultado da influência da cultura organizacional, produz-se o clima organizacional.

O clima organizacional depende assim, da própria cultura organizacional.



### Definição

Entende-se por clima organizacional o **conjunto de sentimentos e percepções partilhados pelo grupo de colaboradores** de determinada organização, com efeitos diretos, positivos ou negativos, na motivação e estímulo dos mesmos. Trata-se, deste modo, de uma atmosfera psicológica partilhada (J. Cruz, 2017).



Embora resultante da cultura, não somente a ela se deve o clima organizacional que se vivencia. Existem outros fatores a ter em conta:

- **A mudança:** as mudanças organizacionais dependem da participação dos funcionários. As mudanças implicam alterações de rotina que influenciam a adesão e motivação dos colaboradores;

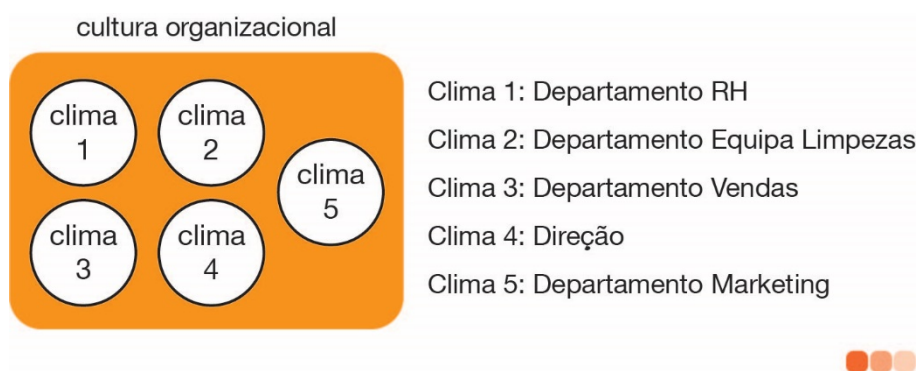
- **O stress:** está associado às rotinas e, portanto, à sua quebra. O stress tanto é fator individual como coletivo, com implicações diretas - sobretudo negativas - no desempenho dos colaboradores, e assim, no clima organizacional;
- **A liderança:** quem lidera equipas é um forte veículo para a construção do clima organizacional - um bom líder pode motivar e estimular a equipa, enquanto um mau líder pode levar à desmotivação geral;
- **A motivação individual:** cada um dos colaboradores tem, e reconhece, a sua motivação - o que o estimula a fazer mais e melhor. Se cada um dos colaboradores trabalhar para tal, os resultados têm tendência a sair mais positivos.

## 2.3. RELAÇÃO: CLIMA E CULTURA ORGANIZACIONAL

Como visto, cultura e clima organizacionais são similares, mas distintos. Compreender o que os difere é essencial para atuar de forma adequada à organização em que se insere.

A cultura organizacional é um conceito mais amplo, que insere e alimenta diversos, e por vezes um tanto diferentes, climas organizacionais.

Atente na figura que se segue, na qual se representa a hipotética organização "Limpezas Felizes S.A":



Para a mesma cultura, como resultado e como provedor da mesma, encontram-se diferentes climas.

Neste caso hipotético, a cultura é bastante familiar, tendo sido criada há menos de cinco anos, por dois irmãos e outros dois investidores não familiares. Nela existem 5 climas diferentes, e poderíamos inferir que:

- No clima organizacional 1 existe uma postura mais informal, tal como no clima organizacional 2, pelo que as pessoas se dirigem entre elas por “tu”; pelo trabalho em equipa e de constante contacto, a relação é muito próxima.
- No clima organizacional 4 e 5, a postura seria mais formal, e as pessoas tratam-se por você; pelo trabalho ser mais distanciado e ocorrer sobretudo, por reuniões periódicas espaçadas a relação é mais distante e não se criam laços relacionais extraprofissionais.

Pode-se, assim, afirmar, que de acordo com a cultura organizacional surgem diferentes climas organizacionais, e que de acordo com o conjunto de climas e a sua interação, edificam e definem a própria cultura. Trata-se, portanto, de uma relação constante de representação da organização, quer individual quer grupal.

### 3. ETIQUETA E POSTURA EMPRESARIAL

---

A etiqueta diz respeito a um conjunto de regras de trato, entre as pessoas, e que são estabelecidas a partir do bom senso. Podemos ver as regras de etiqueta como uma espécie de código através do qual informamos os outros que estamos preparados para conviver harmoniosamente em grupo. Essas regras são normalmente relativas ao comportamento social, englobando apresentação visual (forma de vestir), de comer, estar em público e de relacionamento com outras pessoas.



Vejamos então algumas dicas de etiqueta empresarial:

- **Seja pontual** – Chegue sempre a horas, ou um pouco antes da hora de início do seu trabalho para que esteja pronto a iniciar funções à hora certa.
- **Utilize roupas discretas** – Dependendo do local de trabalho e do ambiente da empresa onde se insere, procure vestir roupas de acordo com o código de vestuário em vigor. Este poderá não estar formalizado ou documentado, mas é facilmente percebido através da observação.
- **Bata à porta antes de entrar** - Porta aberta não significa "entre". Pare à porta, sorria, peça licença. Ao ser autorizado entre, cumprimente verbalmente, mas só estenda a mão se o interlocutor o fizer primeiro. Só se deve sentar se for convidado a fazê-lo e o motivo da sua visita seja algo demorado.
- **Olhe nos olhos** – Mantenha o contacto visual enquanto conversa, isto vai demonstrar confiança e a mensagem será mais facilmente entendida.
- **Aprenda a ouvir** - Evite intervenções pouco adequadas ao que está a ser dito. Primeiro deve escutar, em seguida interprete o que foi dito, e posteriormente, fale.
- **Mantenha o foco** – Enquanto conversa, não se distraia para evitar fazer questões desnecessárias.
- **Mantenha uma postura adequada** - Evite cruzar os braços, sentar-se de qualquer maneira, ou de uma forma muito descontraída. Deve manter uma postura direita.



Atenção

Nunca se esqueça de que a primeira impressão é a que permanece!

## 3.1. COMPORTAMENTOS E ATITUDES

### 1. Maneira de andar

Deve andar com elegância, calma e desembaraço. O pé deve assentar por inteiro para distribuir o peso do corpo, de forma a ter a postura correta.

Os ombros devem estar na curvatura normal, sem sacudir. O tórax deve ser mantido firme e os braços devem cair suavemente ao longo do corpo. O seu andar deve ser natural.

### 2. Modo de sentar

Sente-se corretamente. Corrija as costas. Se necessário, apoie-se bem contra o encosto para evitar má postura.

### 3. Pontualidade

Pontualidade é essencial. Deve cumprir rigorosamente os horários estipulados. Avise sempre que surgir algum imprevisto, para não deixar os outros à espera, e para que tenham a possibilidade de mudar os seus planos a tempo, se necessário.

### 4. Declinar um convite

Para recusar um convite sem ser indelicado deve dizer a verdade ou utilizar uma desculpa atenciosa, sempre com a devida antecedência, ou assim que possível, se se tratar de um imprevisto. Agradeça o convite e explique por que razão não será possível comparecer.

### 5. Cumprimente os colaboradores

Sempre que visite a empresa do cliente, ou até mesmo numa outra ocasião, é fundamental que cumprimente os presentes. Independente da sua função e papel social, todos são pessoas e merecem o seu respeito.

### 6. Lembra-se de mim?

Se não fizer ideia do nome da pessoa, não desespere. Diga simplesmente: "Lembro-me perfeitamente de si, importa-se de relembrar-me o seu nome, por favor?"

## 7. Almoços e jantares profissionais

Neste tipo de eventos, frequentemente consomem-se bebidas alcoólicas. A iniciativa de pedir a bebida deve partir sempre de quem convidou. Pode beber, mas com moderação, para garantir que não existirão alterações no seu comportamento. O protocolo dita que quem convida é quem paga.

## 3.2. ETIQUETA NUM ESPAÇO PÚBLICO

Deverá, na entrada ou saída de um local (porta do edifício, elevador, etc.) ser dada passagem primeiro às mulheres ou pessoas mais idosas.

Deverá pedir licença para sair em primeiro lugar, e para que lhe cedam passagem.

Deverá cumprimentar as pessoas que estão no mesmo espaço físico (por exemplo, quando entra na copa do seu local de trabalho). Se o espaço for demasiado grande, um *open space*, como por exemplo, um *call center*, não será exigível que cumprimente todos os presentes. Deverá, contudo cumprimentar aqueles que estiverem mais próximos de si, ou aqueles com quem costuma lidar.



## 4. ETIQUETA AO TELEFONE

---

Tal como a Internet, também o telefone disponibilizado pela entidade patronal deve ser utilizado de forma responsável e cuidada. Não devemos, em momento algum, esquecer qual o seu fim, e a diferença entre um contacto telefónico profissional ou pessoal.

Em qualquer contacto efetuado através dos meios da empresa, “somos” empresa.





Devemos, por isso:

- Atender imediatamente o telefone, ou assim que possível.
- Demonstre educação e empatia ao telefone. Este fator poderá fazer toda a diferença na sua carreira profissional.
- Ter sempre papel e caneta à mão para anotar um recado, caso o colega a quem se destina a chamada não possa atender no momento, por exemplo.
- Atender o telefone, identificando-se e disponibilizando-se para ajudar. Por exemplo: "Departamento Administrativo, boa tarde, fala Maria Ferreira. Em que posso ajudar?". Evite perguntar "Quem fala?".
- Evitar comer enquanto estiver ao telefone. Mesmo o som de uma simples pastilha é percebido e pode ser mal interpretado.
- Evitar tossir, espirrar ou assoar o nariz diretamente diante do telefone. Caso tenha necessidade de o fazer, desculpe-se e afaste-se do aparelho por alguns instantes.
- Caso necessite de pousar o telefone por alguns instantes, verifique a disponibilidade do seu interlocutor antes de o fazer, e coloque o telefone com cuidado sobre a mesa para não fazer barulho. Utilize a possibilidade de colocar a chamada em espera.
- Se necessitar de atender uma chamada durante uma reunião, peça autorização aos presentes, e ausente-se da sala enquanto fala para não incomodar o normal decorrer da reunião. Contudo, se possível, mantenha o telemóvel no silêncio, e devolva a chamada quando esta terminar.
- Quando recebe um telefonema, e necessita de algum tempo para dar uma resposta, comprometa-se a ligar, informando quando e a que horas o fará.
- Utilizar linguagem objetiva, facilmente compreensível e educada.
- Reformular e repetir a informação sempre que necessário, como se da primeira vez se tratasse.
- Apresente-se com uma voz calma e agradável, por mais que esteja sobrecarregado de trabalho, ou que tenha outros problemas que o possam incomodar. Seja profissional e tente deixar cada problema no seu lugar, não o levando para outros locais, pois poderá originar mais problemas desnecessários.

- Ser sempre o último a desligar.



**Nota**

Se lhe perguntarem algo que não sabe, nunca deve dizer que não sabe. Deve perguntar: “tem possibilidade de aguardar um momento enquanto confirmo a informação?”.

Caso o assunto seja algo demorado, tome nota do número da pessoa para ligar posteriormente ou peça à pessoa se não se importa de telefonar mais tarde.

## 5. ETIQUETA NA INTERNET

---

A Internet no local de trabalho destina-se a uso profissional. A utilização para outros fins trará vários inconvenientes para a empresa, tais como desperdício de tempo, por parte do colaborador, e se feito de forma constante por vários colaboradores, acabará necessariamente por dificultar o seu acesso ou torná-lo mais lento para a empresa na generalidade. A Internet pretende facilitar a comunicação entre os colaboradores.



Desta forma, **não** utilize a Internet para:

- Objetivos que não sejam de serviço da empresa.
- Fazer compras via Internet em nome pessoal ou da empresa, salvo os responsáveis por compras da empresa, ou desde que autorizado pelo respetivo superior hierárquico.

- Fazer *downloads* de ficheiros cuja origem não seja segura, cujo tema não seja relevante para a função exercida ou que, de alguma maneira, possam causar descrédito ou desonra à empresa.
- Publicar informação sobre a empresa na Internet, sem aprovação prévia da mesma.

## 5.1. ETIQUETA NO ENVIO DE E-MAILS

Da mesma forma, o envio de *e-mails* deverá ser realizado apenas para fins profissionais, devendo ser asseguradas algumas boas práticas:

- Não deverá enviar ou reenviar *e-mails* duvidosos, correntes, piadas e boatos.
- Deverão ser respondidos rapidamente todos os *e-mails*.
- Deverá prestar atenção à gramática, ortografia e pontuação do texto dos *e-mails*, evitando enviar comunicações com erros ortográficos, diminutivos ou calão.
- Apesar de o *e-mail* se apresentar de forma escrita menos formal, aplicam-se as mesmas normas, é sancionado o envio de *e-mails* ofensivos, difamatórios, obscenos ou racistas.
- Não falsificar mensagens de *e-mail*.
- Não enviar mensagens de *e-mail* utilizando a conta de *e-mail* de outra pessoa.
- Os *e-mails* devem ser escritos de forma bem estruturada, resumindo assuntos.
- As frases devem ser curtas e objetivas.
- O título do *e-mail* deve ser claro e objetivo.
- O *e-mail* deve começar com o mais importante.
- A saudação inicial deve ser de acordo com a formalidade exigida.
- As assinaturas devem incluir o nome, contacto profissional e identificação da empresa.
- Utilize o verificador de escrita antes de enviar o *e-mail*.

- Caso reencaminhe um *e-mail*, afirme objetivamente que ação deve o recetor tomar.
- Evite abreviaturas dado que o seu interlocutor pode não entender.



## 5.2. GESTÃO DE CORREIO DE VOZ

Os comportamentos e atitudes dos profissionais devem ser coerentes e sempre de excelência. Por isso, é importante que alguns pormenores não sejam deixados ao acaso. No que concerne às mensagens deixadas no *voicemail*:

- Os recados devem ser curtos, objetivos e esclarecedores.
- Pode deixar um telefone de contacto, e se necessário, um resumo do assunto a ser tratado.

## 6. ETIQUETA EM REUNIÕES

---

Em reuniões, esteja atento, participe, contribua para uma reunião eficaz, e seja cordial com todos, preste atenção aos detalhes, tire apontamentos e faça questões pertinentes sempre que necessário.

Na dúvida, observe primeiro e pergunte depois.

Evite tratar de assuntos particulares próximo dos clientes e nunca reclame ou fale mal da sua empresa perto dos mesmos, de fornecedores ou outros colegas.



Vejamos agora algumas regras gerais de etiqueta a considerar em reuniões:

- Quando chega, deve cumprimentar os presentes.
- Manter atenção a uma conversa, não fazendo outras coisas ao mesmo tempo, como, por exemplo, ler.
- Não deve conversar enquanto outros estão a ler, por exemplo, um relatório durante uma reunião.
- Não dê gargalhadas ruidosas no local de trabalho ou quando os seus colegas estão concentrados a trabalhar.
- Não critique ou fale mal de alguém que não está presente.
- Prepare sempre um lugar para que as visitas se sentem.
- Evite levar o telemóvel para a reunião, evitando assim distrações. Apenas leve o telemóvel se estiver a aguardar uma chamada urgente.
- Se tiver de atender uma chamada urgente e não é o orador, não interrompa a reunião e atenda no exterior da sala.
- Sente-se direito, adotando a uma melhor postura. Transmitirá seriedade e melhor projeção de voz.
- Não interrompa quem está a falar.
- Não coma.

## 6.1. ETIQUETA EM OPEN SPACE

Nos dias de hoje, muitas empresas optam por locais de trabalho em *open space*, ou “espaço aberto”, para facilitar a comunicação, otimizar espaços e reduzir custos

Assim, torna-se fundamental adotar algumas regras de conduta para o bom ambiente empresarial:

- Ser pontual.
- Manter a secretária arrumada.
- Evitar deixar documentos/contactos acessíveis a quem circula.
- Minimizar a exposição de objetos pessoais.

- Utilizar apenas as zonas demarcadas para circulação, mesmo que tenha de fazer um percurso mais longo.
- Ser cuidadoso com as conversas: usar um vocabulário correto e não aumentar o volume de voz.
- Falar sobre certos temas referentes a clientes e projetos mais delicados numa sala de reunião.
- Evitar conversas pessoais desnecessárias ao telefone.
- Não distrair os outros colaboradores com pormenores tão simples como deixar o telefone tocar vezes sem fim, ou não reencaminhar as chamadas quando se ausenta.
- Não atender o telefone em alta voz.
- Se possível, colocar o telefone no modo silêncio.
- Usar auscultadores ao invés de ter a rádio ligada e sintonizada na sua estação preferida.
- Para evitar proliferação de cheiros, não almoçar à mesa de trabalho.
- Não colocar perfume em excesso.



## 7. ETIQUETA NO VESTUÁRIO

---

A forma como nos apresentamos influencia na maneira como nos sentimos e como nos relacionamos com os outros. A nossa imagem é parte do nosso marketing pessoal, pelo que deverá vestir-se e apresentar-se de forma coerente com a imagem que pretende transmitir aos outros, ou com a imagem que a sua empresa quer que transmita. Por esse motivo em muitas empresas, principalmente em atendimento ao público, são utilizadas fardas. Desta forma é assegurada a transmissão da imagem que a empresa pretende. Contudo nem sempre isto acontece, pelo que cada um de nós deve, individualmente, corresponder às expectativas da sua empresa no que respeita ao código de vestuário (*dress code*).

Diferentes empresas adotam diferentes *dress code*.

Nem todos podemos investir da mesma forma no vestuário. Ainda assim, é importante ter em consideração:

- O seu tipo físico;
- A sua idade;
- A sua personalidade.

É importante também avaliar:


- A cor da pele, dos cabelos e dos olhos;
- O sentido crítico;
- O bom gosto;

- O poder de compra.

A indumentária também muda de acordo com:

- A situação;
- O lugar;
- O horário;
- A companhia.

Existem roupas apropriadas para o dia, para a noite, para festas, para o trabalho e para as respectivas estações do ano; portanto há que ter sensibilidade para realizar uma escolha correta e feliz.



**Importante**

A preocupação de muitas pessoas é estar na moda, mas a moda muda: vem e vai. Por outro lado, nem sempre o que se usa lhe fica bem.

Obviamente que é importante ter em atenção as tendências da moda, mas o mais importante é ter em conta o que lhe fica bem e se adequa à ocasião.

Por outro lado, a moda varia de acordo com o meio social, com o país, com a região, etc., inspirando-se, muitas vezes, em personalidades mediáticas.

Estar na moda nem sempre significa estar atualizado. Quando em excesso, pode tornar-se ridículo.

Bom senso e bom gosto são ingredientes básicos que nunca sairão de moda.

Um *blazer*, umas calças, um *tailleur*, uma saia pelo joelho, umas calças vincadas, estarão sempre na moda.

Roupas simples podem ser transformadas e valorizadas com o uso de acessórios apropriados, desde que usados adequadamente.

Atente nos estilos de *dress code* seguintes e tente identificar em qual destes códigos se insere a sua empresa:

## 7.1. ESTILO *BUSINESS*



O Estilo *Business* inclui, no caso dos homens, fato de cores sóbrias, camisa sem estampados, e sapatos escuros.

No caso das mulheres, dever-se-á alternar o fato com vestidos/saias/calças e camisas, evitando decotes demasiado grandes.

## 7.2. ESTILO BUSINESS CASUAL



O Estilo *Business Casual* pressupõe o uso de peças formais ou descontraídas de acordo com a individualidade de cada um, tendo em conta algumas considerações:

- Utilização de blusas/camisas de cores sólidas, idealmente lisas ou com padrões simples (linhas, quadrados) sem estampados.
- As camisas de senhora deverão ter, preferencialmente, mangas e decotes adequados (não expondo demasiado o corpo).
- Não devem ser utilizados polos, t-shirts ou calças de ganga.

### 7.3. ESTILO *SMART CASUAL*



O Estilo *Smart Casual* pressupõe a manutenção do estilo formal, de forma um pouco mais descontraída, sendo permitido o uso de calças de ganga (escuras e lisas, sem apliques ou padrões e não descoloradas, com bolsos laterais ou rasgões) e polos. Não são permitidas *t-shirts*, tênis de desporto ou chinelos.

Dicas importantes para vestir no ambiente de trabalho:

- Na dúvida, opte pelo clássico e equilibre as cores. As cores escuras favorecem e transmitem sobriedade.
- Roupas discretas com cores harmoniosas.
- Evite transparências, roupa interior visível ou cores demasiado berrantes.
- Chinelos, calções, T-shirts, roupa de praia, *leggings* ou galochas, não são normalmente bem aceites em ambiente organizacional.
- Escolha relógios e acessórios que complementem a sua roupa, evitando excessos.

## 8. ETIQUETA COM MATERIAL DA EMPRESA

---

O trabalhador deverá tratar todo o material que lhe é fornecido e colocado à disposição para a realização do seu trabalho com cuidado, uma vez que é responsável por qualquer dano em consequência de negligência e, pela destruição do mesmo.

Mantenha o seu posto de trabalho limpo e arrumado, bem como todas as áreas de utilização comuns.



## CONCLUSÃO

---

Como pode verificar, através desta unidade didática, existem vários fatores a ter em conta no mundo empresarial. Conviver com outras pessoas em ambiente laboral, pode ser bastante complexo.

Acima de tudo, é importante que perceba que partilhar o espaço com outras pessoas tem muitas implicações. Os nossos colegas de trabalho, ou chefias, não são necessariamente (e habitualmente) pessoas que façam parte do nosso núcleo de amigos ou contactos. Ainda assim, ou melhor, exatamente por isto, é tão importante respeitar o espaço onde nos integramos, respeitar as pessoas com quem lidamos diariamente, ser cordeais e afáveis nas nossas relações laborais, de forma a fomentar um ambiente agradável e de respeito mútuo.

Este ambiente será facilitador das relações laborais, e como tal, em tudo benéfico para o desempenho das nossas funções e do desenvolvimento e normal decorrer das atividades da empresa onde nos inserimos.

A sua postura será valorizada pelos seus colegas e pela sua chefia, e irá abrir-lhe portas para um crescimento sustentado e uma evolução saudável, dentro da sua empresa.





## AUTOAVALIAÇÃO

---

**1. A etiqueta empresarial diz respeito a:**

- a) Conjunto de regras de tratamento de *e-mails*.
- b) Conjunto de regras de trato entre as pessoas no local de trabalho.
- c) Conjunto de regras relativas ao saber-estar em reuniões.
- d) Conjunto de regras de recepção a clientes.

**2. Em espaços públicos deverá:**

- a) Passar primeiro para não atrapalhar.
- b) Passar primeiro, pois está atrasado.
- c) Dar passagem primeiro às mulheres e pessoas idosas.
- d) Dar passagem aos seus colegas de trabalho.

**3. Quando atende o telefone deve:**

- a) Ter uma caneta e papel à mão para anotar recados.
- b) Caso necessite de deixar o telefone, pousá-lo na mesa e ir rapidamente para não perder tempo.
- c) Falar rapidamente, pois tem mais chamadas em espera.
- d) Perguntar quem fala para, rapidamente, encaminhar a chamada.

**4. Na utilização de Internet deve:**

- a) Fazer uma utilização responsável, tendo atenção ao número de músicas que descarrega por dia.
- b) Publicar informação da empresa, pois está a divulgar o seu nome.
- c) Fazer compras na Internet, depois de informar o colega do lado.
- d) Fazer uma utilização responsável, apenas para o que for necessário.

**5. Na utilização de *e-mails* deve:**

- a) Responder rapidamente a todos os *e-mails*.
- b) Partilhar *e-mails* com piadas que lhe são enviados para promover o bom ambiente no escritório.
- c) Escrever frases longas, pois o *e-mail* é um meio de comunicação menos formal.
- d) Enviar *e-mails* do computador de um colega.

**6. Numa reunião deve:**

- a) Manter a atenção, mas aproveitar para responder a *e-mails* pendentes.
- b) Dar gargalhadas ruidosas se for dita uma piada.
- c) Cumprimentar os presentes assim que chega.
- d) Ler, enquanto alguém faz uma apresentação.

**7. O estilo *business* caracteriza-se por:**

- a) Ser um estilo descontraído.
- b) Ser um estilo formal e sóbrio.
- c) Ser um estilo adaptado ao estilo pessoal de cada um.
- d) Ser um estilo divertido.

**8. O estilo *business casual* pressupõe:**

- a) O uso de peças formais ou descontraídas, de acordo com a individualidade do colaborador.
- b) O uso de peças descontraídas.
- c) O uso de peças formais e sóbrias.
- d) O uso de fato/gravata.

**9. O estilo *Smart Casual* caracteriza-se por:**

- a) Ser um estilo informal, sendo permitido o uso de chinelos e calções.
- b) Ser um estilo informal, sendo permitido o uso de galochas e *leggings*.
- c) Ser um estilo mais descontraído, sendo permitido o uso de calças de ganga.
- d) Ser um estilo informal, sendo permitido o uso de transparências e decotes generosos.

**10. O colaborador deve manter o seu posto de trabalho:**

- a) Limpo, colocando à sua mão tudo o que precisa.
- b) Arrumado, deixando a limpeza para as funcionárias da limpeza.
- c) Personalizado com fotos da família.
- d) Limpo e arrumado.

**11. O comportamento incluiu ações reflexas e físicas. Tal acontece porque:**

- a) Está em constante interação com o meio envolvente.
- b) Está em intermitente interação com o meio envolvente.
- c) Está raramente em interação com o meio envolvente.
- d) Está sempre sem interação com o meio envolvente.

**12. A atitude que tomamos tem em consideração um determinado objeto. Por esse objeto entendemos:**

- a) Todos os elementos físicos e materiais.
- b) Todos os elementos físicos e imateriais.
- c) Todos os elementos memorísticos.
- d) Todos os elementos experienciados.

**13. Selecione a opção incorreta, relativamente ao conceito de atitude:**

- a) É a carga afetiva positiva em relação a um objeto.
- b) É a carga afetiva negativa em relação a um objeto.
- c) É a ação em relação a um objeto.
- d) É a carga afetiva em relação a um indivíduo.

**14. Complete o espaço em branco: É a/o \_\_\_\_\_ organizacional que funda o modo habitual e recorrente de pensar, sentir, agir e reagir, característico de uma dada organização, num dado momento, e que, por isso, adquire, para ela e para os seus participantes, um valor estratégico.**

- a) Atitude.
- b) Comportamento.
- c) Etiqueta.
- d) Cultura.

**15. Antes de iniciar a ação, o indivíduo constrói simbolicamente a intenção da mesma. Esta intenção tem em conta dois fatores:**

- a) O indivíduo e o clima organizacional.
- b) A atitude e a influência social.
- c) A etiqueta e a postura do indivíduo.
- d) O indivíduo e a influência social.

## SOLUÇÕES

---

1.	b	2.	c	3.	a	4.	d	5.	a
6.	c	7.	b	8.	a	9.	c	10.	d
11.	a	12.	b	13.	c	14.	d	15.	d

## PROPOSTAS DE DESENVOLVIMENTO DO ESTUDO

---

Para aprofundar um pouco mais o tema comportamento e etiqueta empresarial, sugerimos que procure alguma bibliografia sobre este assunto. Deixamos alguns exemplos:

Sítio: <http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/veja-14-dicas-de-etiqueta-empresarial/73900/>

Livros:

- Etiqueta no Mundo Empresarial, Relacionamento Profissional com Ética, Vera Tanger, 2012.
- Etiqueta e Boas Maneiras, Cortesia e Civilidade na Vida Moderna, Ana São Gião, 2008.
- O Pequeno Livro da Etiqueta e Bom Senso, Maria João Saraiva de Menezes, 2009.

## BIBLIOGRAFIA

---

- A., Duarte Gomes (1994). Mudança Organizacional: mudar a cultura ou mudar de estratégia? *Análise Psicológica* 1 (XII) 15-30 consultado em: [http://repositorio.ispa.pt/bitstream/10400.12/3030/1/1994\\_1\\_15.pdf](http://repositorio.ispa.pt/bitstream/10400.12/3030/1/1994_1_15.pdf)
- Lima e D'Amorim (1986). A relação atitude-comportamento à luz da Teoria d Ação Racional. *Psicologia Social*. Arquivo brasileiro, Rio de Janeiro. 38(1) 133-142.
- Lane, Silvia T. Maurer (2006). O que é psicologia social. São Paulo. Brasiliense. Coleção Primeiros Passos. 7-12
- Cruz, Juliana Machado (s.d.), Clima organizacional. Página consultada a 21 de Novembro de 2017. <https://www.infoescola.com/administracao /clima-organizacional/>.
- Imagens fotográficas provenientes do iStock e Thinkstock by Getty Images.

