

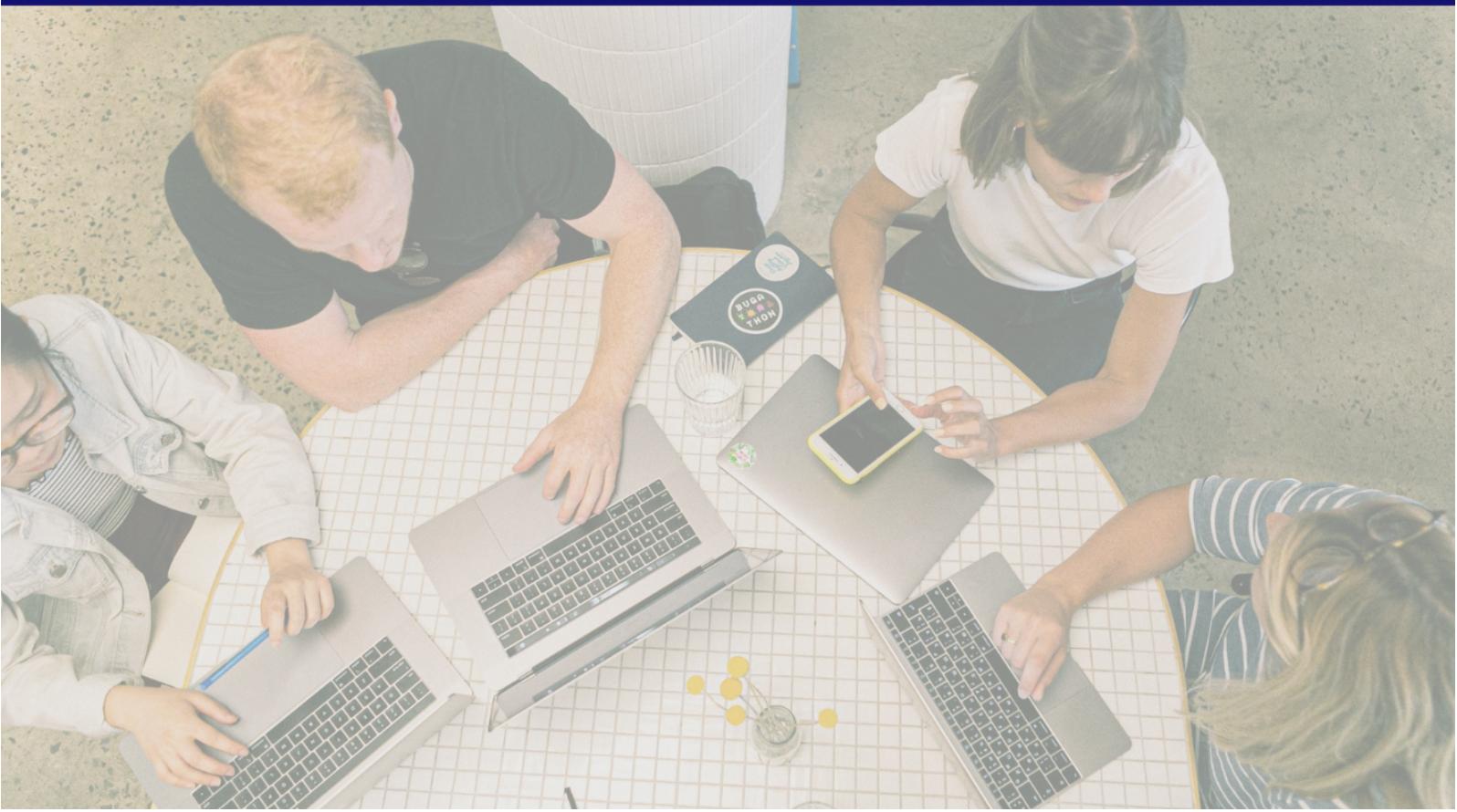


UNifeob
| ESCOLA DE NEGÓCIOS



2022

**PROJETO DE CONSULTORIA
EMPRESARIAL**



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

CIÊNCIAS ECONÔMICAS

PROJETO DE EXTENSÃO

SUSTENTABILIDADE

Wi7h

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
MAIO, 2022

UNIFEOB
Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos
ESCOLA DE NEGÓCIOS
ADMINISTRAÇÃO
CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CIÊNCIAS ECONÔMICAS
PROJETO DE EXTENSÃO
SUSTENTABILIDADE

Wi7h

MÓDULO DE SUSTENTABILIDADE

Desenvolvimento Sustentável – Prof. Celso Antunes de Almeida Filho

Ética e Sociedade – Prof. José Márcio Carioca

Comunicação, Expressão e Metodologia Científica – Profa. Renata E. de Alencar Marcondes

Comportamento Humano nas Organizações – Prof. Karina Strobel

Projeto Sustentabilidade – Profa.. Renata E. de Alencar Marcondes

Alunos:

Cauã Carli Pires, RA 22001180

Luis Eduardo Sabatine Pacheco, RA 22001388

Otavio Henrique Biaco, RA 22001015

Pedro Périco Lucas, RA 22001094

Rafael Nogueira Teixeira RA 22001384

Mentor:

Marco Antonio Bento Junior, RA 22000367

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
MAIO, 2022

Sumário

1 INTRODUÇÃO	6
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	7
3 METODOLOGIA	8
3.1 PROCESSO DE EXPANSÃO EMPRESARIAL	8
3.2 COMUNICAÇÃO	10
3.2.1 QUAL A DIFERENÇA ENTRE A COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	11
3.2.2 OS BENEFÍCIOS DE UMA BOA COMUNICAÇÃO NO TRABALHO	11
3.2.3 A IMPORTÂNCIA DO FEEDBACK DENTRO DA EMPRESA	12
3.4 POR QUE O TEMA DE INTERCOMUNICAÇÃO FOI ESCOLHIDO	12
4 RESULTADOS	14
5 CONCLUSÃO	15
6 REFERÊNCIA	16

1 INTRODUÇÃO

Alinhado aos interesses do empresário o destino dado ao projeto foi um modelo de expansão empresarial com a adição de uma filial com a finalidade de otimizar os lucros e resultados da Wi7h. Dentro desses objetivos serão explorados os projetos de expansão e a comunicação entre as filiais e seus respectivos colaboradores, sendo assim, de acordo com o que foi listado, serão sugeridas opções adequadas para a mudança do local, estudos sobre as possibilidades de mudança e afins. Também serão pontuadas, metodologias comunicativas eficientes, para que as filiais possam estar alinhadas em seus objetivos, assim podendo ser facilitadas as previsões de lucro, a produtividade geral entre outros aspectos.

No projeto, será pontuado também, uma previsão de expansão para anos subsequentes à 2022, o então ano que o CEO da W7 almeja efetuar sua expansão.

Com base nos interesses de trabalho do grupo no projeto, nota-se que comunicar é um ato de expressão de sentimentos, pensamentos é o meio em que se é possível ter uma convivência é o que diferencia os humanos de outros animais por conseguirem ter uma comunicação avançada que transpassa a barreira de distância, sendo possível realizar dessa forma tarefas e atividades que contribuem para o avanço da humanidade desde os tempos pré-históricos, isso é um fato que não muda até os dias atuais.

Segundo Davis e Newstron (2001), comunicação é a transferência de informação de uma pessoa para outra. É uma forma de atingir os outros com idéias, fatos, pensamentos, sentimentos e valores. Por meio dela, as pessoas podem compartilhar aquilo que sentem e sabem, tendo a possibilidade de superar muitos mal entendidos que as separam uma das outras.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Wi7H é uma empresa do ramo de tecnologia voltada para o desenvolvimento de softwares e suas aplicações, desenvolvimento de sites e lojas virtuais. É uma empresa que trabalha há dez anos em busca de inovação tecnológica prestando serviços para pequenas, médias e grandes empresas.

Possui participação nas empresas Wi7H Brasil, em Investimentos Fortaleza, W50 Empreendimentos Imobiliários e WF11 Empreendimentos Imobiliários. Onde são sócias de Alexandre Rezende T. Xavier, Frederico Rezende T. Xavier e Vinícius Marcos Pereira.

É uma empresa que possui o modelo de escala hierárquica o mais horizontal possível, visando a valorização da criatividade dos colaboradores, de modo que busque uma comunicação clara entre todos e um clima sadio no âmbito trabalhista.

- **Dados da empresa:**

CEO: Eduardo Marques;

Telefone: (19) 98881-1404;

E-mail: contato@wi7h.com.br;

Endereço: Av. Dona Gertrudes N°273, Centro, São João da Boa Vista,

CEP: 13870110;

CNPJ: 19.881.867/0001-21.

3 METODOLOGIA

3.1- Processo de expansão empresarial:

De acordo com o processo a ser seguido, foram decididas e analisadas as cidades que foram citadas pelo empresário ao interagir com o restante dos grupos do projeto integrado, dadas as informações que tinha por intenção expansão para uma das cidades dentre Valinhos, São Paulo e Indaiatuba.

De acordo com o plano de estudo que foi passado, foi decidido fazer um planejamento para onde a empresa melhor ficará instalada, levantado um potencial econômico maior, com uma estrutura adequada, alcançando um grande potencial de atendimento ao cliente.

Foi previsto que por conta de benefícios fiscais, maior custo benefício, maior ligação com os clientes em potenciais, a cidade de Indaiatuba – SP foi considerada pelo grupo a mais adequada para que possa obter mais lucro e maior margem empresariais.

A partir disso foi realizado um estudo onde o qual se faria útil para a conclusão de um local mais adequado, onde foram abordados aspectos finais e de localização de tais cidades, como demonstrado na tabela a seguir:

TABELA 1 -

	INDAIATUBA	SÃO PAULO	VALINHOS
INCENTIVOS FISCAIS	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de empregar no mínimo 50% de habitantes locais em relação a todos os que irão trabalhar na filial; - Qualquer que seja o título da ocupação, que venham a se instalar regularmente na zona industrial (ZI) de Indaiatuba, desde que a área construída não seja inferior a 	<p><u>Lei 14.657/2007</u> Concede desconto no Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU para os imóveis não-residenciais que especifica, cujas fachadas sejam adaptadas ou reformadas para adequação às normas estabelecidas pela Lei 14.223/2006, a qual dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a</p>	<p>Essa tal cidade não possui um incentivo fiscal fixo, eles utilizam o de 2018, que seria:</p> <p>Os benefícios e o tempo de validade são aplicados de acordo com o grau de investimento da empresa no município: geração e manutenção de empregos diretos, faturamento anual e valor. A empresa, por sua vez, se beneficia da</p>

	1/5 (um quinto) da área do respectivo terreno.”	paisagem urbana do Município de São Paulo. <u>Lei 14.864/2008</u> Concede isenção do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) aos profissionais liberais e autônomos.	isenção ou redução de tributos como: IPTU, ITBI, isenção da taxa de aprovação, licença e vistoria, bem como a redução da alíquota do ISSQN.
MÉDIA DE PREÇOS DE ALUGUÉIS	R\$1.200 a R\$3.500 ao mês.	R \$4.700 a R \$10.200 ao mês.	R \$1.600 a R \$4.500 ao mês.
CLIENTES EM POTENCIAL	Foco econômico: Indústria; Agricultura; Comércio;	Todos os tipos de empresas e microempresas. Como maiores potenciais: Startups e Indústrias.	Foco econômico: Indústria; Comércio;
COMODIDADE EM LOCALIZAÇÃO	Aeroportos e metrô em localidades perto do local. Interligação entre capitais, exemplo: Campinas.	Aeroportos, várias empresas e indústrias por perto.	Não possuem aeroportos perto, o mais próximo da cidade fica a 10 quilômetros de distância.

Posto isto, de acordo com a pesquisa e levando em consideração a tabela 1 apresentada acima, a empresa ficará melhor instalada na cidade de Indaiatuba-SP, com melhor custo benefício e uma escala potencial maior de crescimento entre as outras opções de cidades.

3.2- Comunicação:

A Comunicação Interna é um elemento essencial para o desenvolvimento eficaz das ações da empresa. Esta possui ferramentas eficazes que auxiliam todos os processos executados pelos colaboradores.

É por meio da comunicação que uma empresa se adequa às novas tecnologias e consolida sua presença e posicionamento, inclusive no ambiente digital, que hoje é a principal ferramenta de informação.

De acordo com vários líderes de grandes empresas, um dos problemas mais preocupantes é atualmente o mau uso da comunicação.

Com esse mau uso da comunicação a falta de motivação e resultados de baixa qualidade denotam sérias consequências para a empresa e um grande desafio para seus líderes. Por isso, é fundamental que a comunicação esteja sempre alinhada conforme a missão e a visão da empresa, e seja elaborada dentro de um plano empresarial para que possa ser utilizada da melhor forma possível.

A comunicação empresarial tem o potencial para ser uma grande vantagem competitiva em relação a outras instituições, mas pode também ser um enorme problema se não for trabalhada de maneira adequada.

3.2.1- Qual a diferença entre comunicação empresarial e comunicação organizacional?

De forma geral, comunicação empresarial e comunicação organizacional são similares. O que as diferencia é que a comunicação empresarial é mais abrangente e reflete a comunicação de forma integrada tanto no setor público quanto no privado.

O conceito de comunicação organizacional, por sua vez, é mais voltado à gestão e à otimização dos relacionamentos com os diferentes públicos da empresa e se destina a sintonizar interesses entre a empresa e os grupos que são alvo de suas ações.

Existem várias formas de se melhorar a comunicação empresarial/organizacional:

- Adote a caixa de sugestões;
- Cogite a possibilidade de criar uma rede social corporativa;
- Centralize a comunicação;
- Mapeie os processos;
- Crie uma política de feedbacks;
- Invista em canais internos de comunicação;
- Reconheça o bom desempenho;
- Saiba administrar conflitos;
- Promova o bom clima organizacional.

3.2.2- Os benefícios de uma boa comunicação no trabalho:

Quando um sistema de compartilhamento de dados dentro de uma empresa não é bem desenvolvido, a possibilidade dos colaboradores envolvidos no projeto obterem informações diferentes aumentam, fazendo com que os envolvidos possam se desviar do objetivo da empresa.

- **Faz com que o colaborador se sinta parte da empresa:**

Quando a empresa conta com muitos funcionários, é bem comum que haja alta rotatividade nos cargos mais baixos. Uma forma de superar essa dificuldade é fazer

com que o colaborador se sinta emocionalmente conectado à empresa em que trabalha.

- **Evitar rumores e fofocas:**

Quanto maior o quadro de funcionários de uma empresa, a tendência é de que mais boatos surjam dentro dela.

3.3- Como melhorar a comunicação empresarial:

Para atingir os resultados positivos com a comunicação e conseguir fazer com que seus funcionários tenham mais produtividade no trabalho, como vimos, algumas medidas e ferramentas podem ser necessárias.

Uma das mais simples é incentivar a transparência, especialmente entre chefes e subordinados. Deixar de compartilhar informações úteis ao aprimoramento do trabalho e relativas a quem executa as funções nem sempre é uma boa estratégia e, como já dito, pode até ocasionar reações e perdas de produtividade.

3.4- A importância do feedback dentro da empresa:

Diante do processo de mudança que o mundo empresarial vive, as adaptações diante de novas fases, se tornam cada vez mais necessárias. Com temas abordados com maior frequência, as empresas passam a reestruturar seus respectivos sistemas de comunicação dentro do ambiente de trabalho, de forma em que a produtividade de cada colaborador possa ser alavancada e a empresa consiga por fim, a geração de lucro. A partir deste raciocínio os líderes de empresas possuem uma necessidade cada dia maior de dar atenção a um tema de suma importância, que é a gestão de pessoas, tendo o Feedback como uma ferramenta fundamental para uma boa gestão.

Para uma melhor abordagem do tema, é importante uma introdução sobre o que é, e como a presença do Feedback pode influenciar no âmbito trabalhista.

Utilizado atualmente dentro das empresas como ferramenta de gestão e um conceito do estudo da administração e gestão de pessoas, o Feedback tem origem no idioma inglês e tem como tradução literal retroalimentação, sendo utilizado originalmente nas ciências da Química, Física, Engenharia, Biologia,

“Trata-se de uma técnica que consiste em realizar retorno sistemático por meio dos quais os gestores podem ajudar seus funcionários a tornarem-se conscientes de seus próprios desempenhos” (MISSEL, 2012, p.22).

Sua importância se faz, a partir do momento em que ela se torna uma peça-chave para a comunicação dentro da empresa, segundo (BERGER, 1999)

O feedback imediato consiste em permitir que os administradores tenham conhecimento de que suas instruções são bem interpretadas e aceitas, pois sem esse feedback, o administrador pode não saber se suas instruções foram recebidas e realizadas de forma errada ou certa” (BERGER, 1999)

O que aponta um crescimento pessoal por parte de cada colaborador mais otimizado e eficiente, podendo ser corrigidas as necessidades pontuais de mudança.

Podendo também influenciar diretamente no processo de tomada de decisão de um indivíduo, pois segundo (GUTIERREZ, 1999)

“No processo de tomada de decisão, é importante ter disponíveis dados, informações e conhecimentos, mas esses normalmente estão dispersos, fragmentados e armazenados na cabeça dos indivíduos e sofrem interferência de seus modelos mentais. Nesse momento, o processo de comunicação e o trabalho em equipe desempenham papéis relevantes para resolver algumas das dificuldades essenciais no processo de tomada de decisão. Pelo processo de comunicação, pode-se buscar o consenso que permite prever a adequação dos planos individuais de ação em função do convencimento, e não da imposição ou manipulação. Pelo trabalho em equipe, pode-se conseguir obter o maior número de informações e perspectivas de análises distintas, sendo validada a proposta mais convincente no confronto argumentativo dos demais.”(GUTIERREZ,1999)

Após a definição do conceito e suas influências positivas no bom funcionamento empresarial, fica claro que a adoção de métodos de comunicação como o Feedback pode agregar de maneira significativa dentro da Wi7h, de tal modo em que no processo de expansão já sugerido pelo grupo, o Feedback de colaboradores mais antigos dentro da empresa, e de cargos acima na escala hierárquica para com os mais novos na filial escolhida, pode ser de grande valia para a formação profissional e a colaboração cada vez mais efetiva e assertiva para

os lucros da empresa, por parte daqueles em que não possuem tempo de experiência.

3.5- Por que o tema de intercomunicação foi escolhido ?

Juntamente com a apresentação da proposta de projeto para com todos os integrantes do módulo de sustentabilidade, ao demonstrar ideias e necessidades essenciais da Wi7h, foi observado pelo nosso grupo, a necessidade de, juntamente ao projeto de expansão proposto, trabalhar com mais precisão e enfoque no mérito de comunicação dentro da empresa. Pois ao realizar pesquisas prévias sobre o assunto, vimos um grande potencial de crescimento produtivo por parte dos funcionários ali presentes. A partir dessa ideia, foi decidido por parte do grupo, que a junção do conceito de comunicação e a expansão da empresa, seria o ideal para suprir as necessidades da mesma.

Uma das áreas que permite a diferenciação competitiva reside no fator humano das organizações. Porém, não basta que as organizações tenham uma equipa de colaboradores talentosos e competentes, se o fluxo informacional na organização não funcionar, ou se os processos de comunicação não forem adequados. Se tal acontecer não será possível potencializar o fator humano das organizações (Ramos, 2009).

Partindo desse princípio, após o processo de expansão, nos foi passado que ao expandir sua empresa com a criação de uma filial, seria possível realocar colaboradores que fazem parte da sede da Wi7h (São João da Boa Vista) para a cidade que for escolhida, assim, a troca de experiências de funcionários que já fazem parte da empresa para com os novos pode ser de grande valia para a estabilidade da filial, logo, fazendo com que suas tarefas e interesses da empresa possam ser alinhados com suas duas partições, e dessa forma, fazendo com que a produtividade de todos seja maior.

4 RESULTADOS

Ao realizar as aplicações dos conceitos e ideias propostas, é fato que cria-se uma base sólida para a geração de lucros da empresa, seja de maneira direta ou indireta.

Ao falar do processo de expansão, o grupo têm o desejo de auxiliar no processo de expansão, que tem por já citado pelo empresário grandes chances de acontecer, logo, indicar uma cidade adequada e alinhada aos projetos futuros para a Wi7h

Ao abordar o conceito e aplicação de comunicação no projeto, o grupo teve por objetivo o estímulo e otimização da comunicação no âmbito trabalhista, e dessa maneira alcançar a melhora de desempenho produtivo por parte dos colaboradores, que por sua vez passariam a produzir quantidades maiores e cada vez mais qualificadas , alinhando interesses comuns, de anseio pelo crescimento da Wi7h

5 CONCLUSÃO

Portanto podemos concluir que o local de expansão da empresa deverá ser Indaiatuba – SP, como melhor local para poder se colocar uma empresa, com preços de aluguéis razoáveis, empresas boas por perto para poder influenciar melhor o comércio e a parte mais importante, possui várias pessoas interessadas no que a empresa Wi7h está oferecendo.

E para se poder ter uma melhor produtividade e ganhos de lucros, achamos melhor tentar mudar a comunicação dentro da empresa e com os clientes.

REFERÊNCIA

BAHIA, **Juarez Introdução à Comunicação Empresarial**, Rio de Janeiro: Mauá, 2006. 67p.

BERGER, **A IMPORTÂNCIA DO FEEDBACK DOS COLABORADORES EM RELAÇÃO AS TOMADAS DE DECISÕES NAS EMPRESAS ATACADISTAS DE BEBIDAS EM GUARAPARI/ES**. 30 de Jun. de 2017.

Disponível em: <<http://fics.edu.br/index.php/rpgm/article/view/465/511>> , Acesso em: 28 de Abr. de 2022.

CAHEN, Roger. **Tudo que seus gurus não lhe contaram sobre comunicação empresarial**. São Paulo: Best Seller, 1990. 301p.

DAVIS; NEWSTRON. **A importância do Feedback pela percepção de líderes e liderados**; 2007.

Disponível em: <<https://iessa.edu.br/revista/index.php/jornada/article/view/1835>> Acesso em 29 de Abr de 2022.

GUTIERREZ, **A IMPORTÂNCIA DO FEEDBACK DOS COLABORADORES EM RELAÇÃO ÀS TOMADAS DE DECISÕES NAS EMPRESAS ATACADISTAS DE BEBIDAS EM GUARAPARI/ES**, 13 de Dez. de 2017.

Disponível em: <<https://dspace.doctum.edu.br/handle/123456789/2665>> , data de acesso 28 de Abr. de 2022.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 3 ed. São Paulo: Summus, 2003. 417p.

MISSEL, **O feedback como ferramenta de gestão de pessoas nas empresas**, 30 de Jun. de 2017.

Disponível em: <<http://fics.edu.br/index.php/rpgm/article/view/465/511>> , Acesso em: 28 de Abr. de 2022.

RAMOS, **A importância da comunicação interna para a motivação dos colaboradores**, 2013.

Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4729802>>, data de acesso 28 de Abr. de 2022.