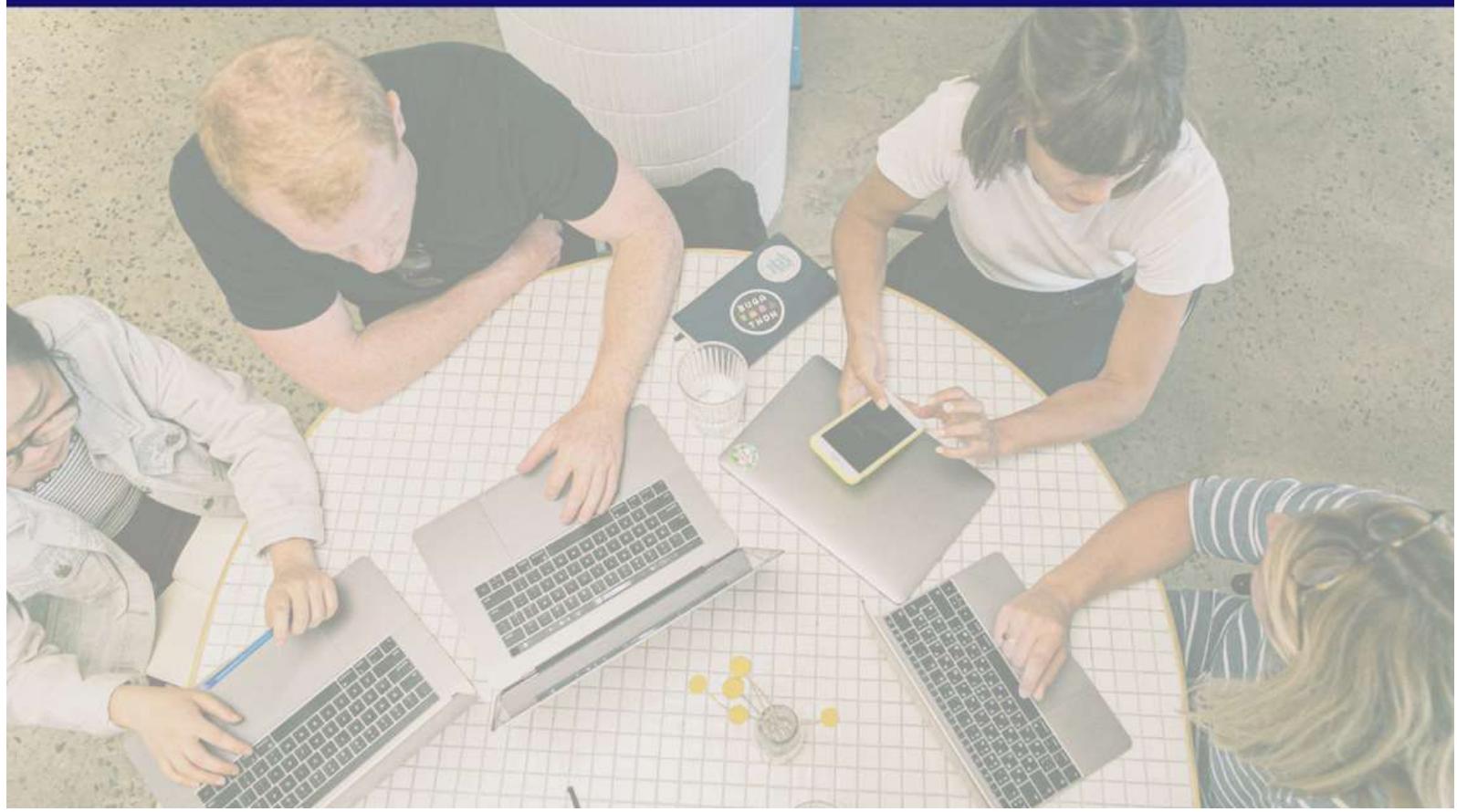


**UNifeob**  
| ESCOLA DE NEGÓCIOS



2023

# PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL



**UNIFEOB**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO**  
**OCTÁVIO BASTOS**  
**ESCOLA DE NEGÓCIOS**  
**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL**  
**SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS NO**  
**CONTEXTO ATUAL**  
**PADARIA SÃO SEBASTIÃO**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2023

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

**PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL**  
**SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS NO**  
**CONTEXTO ATUAL**  
**PADARIA SÃO SEBASTIÃO**

MÓDULO DE SUSTENTABILIDADE

Comportamento Humano nas Organizações – Prof<sup>a</sup>. Leonor Cristina Bueno

ESG e Sustentabilidade – Prof. Celso Antunes de Almeida Filho

Gestão de Inovação e Criatividade – Prof. Marcelo Alexandre C. da Silva

Tecnologias Digitais – Prof. Caio Henrique Barbosa Garcia

Projeto de Sustentabilidade – Prof<sup>a</sup>. Karina Strobel Castillo

Estudantes:

Aline Francisco Quirino da Silva, RA 19001726

Ana Jhulya Leal Ferreira, RA 23000539

Letícia Rezende Amadeu, RA 23000695

Maria Eduarda Oliveira da Silva, RA 23000873

Maria Flavia Januário Pinheiro, RA 23000885

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP  
JUNHO 2023

# SUMÁRIO

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | INTRODUÇÃO  | 3  |
| 2     | DESCRIÇÃO DA EMPRESA  | 6  |
| 3     | PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL                            | 7  |
| 3.1   | COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES                         | 7  |
| 3.1.1 | ATITUDE, VALORES E MOTIVAÇÃO                                  | 8  |
| 3.1.2 | LIDERANÇA E EMPODERAMENTO                                     | 9  |
| 3.1.3 | COMPORTAMENTO ADAPTATIVO NO AMBIENTE DE TRABALHO              | 9  |
| 3.2   | ESG E SUSTENTABILIDADE  | 9  |
| 3.2.1 | CONCEITO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL AO LONGO DO TEMPO     | 11 |
| 3.2.2 | A VARIÁVEL ECOLÓGICA NO AMBIENTE DOS NEGÓCIOS                 | 11 |
| 3.2.3 | INDICADORES DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL                    | 11 |
| 3.3.1 | CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO COMO FATOR GERADOR DE COMPETITIVIDADE | 12 |
| 3.3.2 | INOVAÇÃO COMO FATOR HUMANO                                    | 13 |
| 3.3.3 | MELHORES PRÁTICAS INOVATIVAS PARA SUSTENTABILIDADE            | 14 |
| 3.4   | TECNOLOGIAS DIGITAIS  | 14 |
| 3.4.1 | TECNOLOGIAS DO MUNDO CONTEMPORÂNEO                            | 15 |
| 3.4.2 | FERRAMENTAS DIGITAIS (Google)                                 | 16 |
| 3.4.3 | TRANSFORMANDO DADOS EM INFORMAÇÕES                            | 16 |
| 3.5   | CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ | 17 |
| 3.5.1 | COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ                                   | 17 |
| 3.5.2 | ESTUDANTES NA PRÁTICA   | 17 |
| 4     | CONCLUSÃO.  | 19 |
|       | REFERÊNCIAS   | 19 |
|       | ANEXOS  | 21 |

## 1 INTRODUÇÃO

No Brasil, houve demora das empresas nacionais em internalizar o conceito de desenvolvimento sustentável (Teixeira & Bessa, 2009). As pesquisas sobre o desenvolvimento sustentável foram impulsionadas, no Brasil, somente na década de 1990, em decorrência da evolução da discussão e preocupação com a preservação do meio ambiente e com as condições sociais e econômicas da sociedade. Mesmo com os avanços que o tema sustentabilidade vem alcançando, há uma pluralidade de termos utilizados para evidenciá-lo, ou até mesmo das ações necessárias para alcançá-lo (Laruccia, 2012; Lyra, Gomes, & Jacovine, 2009).

Segundo Elkington (2001), a sustentabilidade está baseada em três pilares, a prosperidade econômica, a qualidade ambiental e a justiça social

Sustentabilidade é um conceito relacionado ao desenvolvimento sustentável, ou seja, formado por um conjunto de ideias, estratégias e outras atitudes ambientalmente corretas, economicamente sustentáveis, socialmente justas e culturalmente diversas.

O desenvolvimento sustentável é outra opção para garantir a sobrevivência dos recursos naturais do mundo e ajudar as pessoas e a sociedade a encontrar soluções para o desenvolvimento ecológico.

De acordo com o Relatório Brundtland (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988, p. 49), o desenvolvimento sustentável deve ser entendido como:

“um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender as necessidades e aspirações humanas”. (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988, p. 49)

Em linhas gerais foi definido como:

“aquele que atende às necessidades do presente, sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades”. (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988, p. 49)

No conceito de Desenvolvimento Sustentável foram embutidos dois conceitos: o de necessidades, principalmente as necessidades essenciais dos pobres, que devem receber

máxima atenção; e a noção das limitações que o estágio da tecnologia e da organização social impõe ao meio ambiente, impedindo-o de atender às necessidades presentes e futuras (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1991)

Vivemos em um momento onde a tendência é um movimento de conscientização das empresas sobre as questões do meio ambiente e sustentabilidade. Com esse movimento de conscientização sobre o meio ambiente, onde as empresas passaram a sofrer fortes pressões por parte da opinião pública e agências ambientais e a ser vistas como as grandes culpadas pelo esgotamento de recursos naturais e alterações ocorridas no meio ambiente. Nessa nova realidade as empresas são cobradas pela transparência e responsabilidade em relação à sociedade (DIAS, 2011).

A expectativa de que as empresas contribuam para o desenvolvimento sustentável tende a crescer cada vez mais e que não apenas as grandes empresas, mas também as médias e pequenas sofram essas pressões, correndo o risco de extinção àquelas que se recusarem a se movimentarem nesse sentido. Além disso, hoje se reconhece que os negócios precisam de mercados estáveis e precisam possuir habilidades tecnológicas, financeiras e de gerenciamento necessárias para superar a transição da sustentabilidade (ELKINGTON, 2001).

Existem muitos conceitos relacionados à sustentabilidade. A gestão da sustentabilidade, que se concentra em todos os elementos que envolvem a organização, está intrinsecamente ligada ao meio ambiente.

O objetivo é desenvolver um projeto para melhorar a sustentabilidade, escolhemos a empresa Padaria São Sebastião, localizada na cidade de Vargem Grande do Sul- SP.

Atualmente as atividades são econômicas e rentáveis, realizadas de forma regular e profissional. Está constantemente à procura de novos caminhos e novas soluções tendo sempre em mente a necessidade das pessoas. Portanto, vamos sugerir algumas resoluções para incrementar a sustentabilidade da empresa. Propúnhamos então, algumas “mudanças” como: trocar anotações em cadernos para - planilhas salvas na nuvem, reciclar as embalagens externamente dos clientes colocando lixeiras com separação, evitar o desperdício de água, economizar energia com uso de horários adequados e placas solares, e o uso de sacolas biodegradáveis, para assim melhor atender seu público.

## **2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

A padaria São Sebastião inscrita no CNPJ - 07.146.752/0001-04, localizada na rua Hélio Beloni, 368, Jardim Dolores - Vargem Grande do Sul atuante no mercado há dezenove anos, inaugurada em (2004) por Benedito Nazaré. E atualmente a empresa se encontra sendo

administrada por seu filho Marcos Antonio. Dando continuidade ao negócio da família, prezando o elo e a cultura familiar.

Trabalham com a fabricação de produtos de panificação própria, como: pães, biscoitos, doces e salgados, fornecendo também alimentos perecíveis aos seus consumidores. Conta hoje com 3 pessoas em seu quadro de colaboradores, entre eles o Marcos que cuida da parte administrativa e fabricação dos produtos, juntamente com sua esposa e um de seus filhos que trabalha com o atendimento ao público.

O que a empresa preza como Missão é levar produtos de qualidade e excelência em atendimento. A visão é trazer um ambiente agradável para todos os clientes e colaboradores, garantia em qualidade e ser referência no mercado de panificação. Valores Ética pessoal e profissional, bom ambiente organizacional, fidelização do cliente.

### **3 PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL**

#### **3.1 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES**

Os valores são uma reunião de normas, preceitos morais e/ ou regras sociais, que são passadas de uma pessoa, grupo, ou cultura para outra(s). Os valores podem ser implícitos, ou seja, não dito, mas que podem ser vistos com facilidade, subentendido ou explícito que seja claro e preciso. São elementos construtores que devem ser continuamente seguidos por todos.

A organização escolhe seus valores baseando-se nos valores da sociedade e de seus membros, particularmente de seus fundadores. Os valores que norteiam o ambiente organizacional da padaria São Sebastião são o Protagonismo, a criatividade, a cocriação, a honestidade e empatia. As formas de conhecer a realidade organizacional, podem ser adquiridas em coletivo ou revelada pelo fundador, funcionando como necessidade que determinam o comportamento orientado a um fim, a importância que a organização dá a certos valores, podem refletir aos esforços que trabalhador despande, e seus valores expressam metas e interesses da organização, que refletem nos interesses e motivações dos envolvidos no ambiente.

Os elementos estruturantes da empresa orientados sobre o comportamento organizacional, a partir de seus valores, garante e maximiza o potencial, criando assim um ambiente saudável no convívio que deve ser compartilhado. O reconhecimento por parte dos colaboradores é fundamental para a existência dos valores da empresa.

##### **3.1.1 ATITUDE, VALORES E MOTIVAÇÃO**

A cultura organizacional é a base de tudo que ela representa. Reflete-se seu modelo de gestão, na relação profissional com seus colaboradores, consumidores e nas estratégias e metodologias. A cultura começa a partir do que ela idealiza.

A padaria tem bem definida a filosofia de trabalho e coloca em prática, conquista e confiança do cliente e o apoio dos funcionários. Isso reflete em todas as áreas de atuação do negócio. O plano empresarial é fundamental para nortear as ações da empresa, para que consiga chegar onde deseja em prazo definido pelo líder da empresa. Os valores da empresa são de ter conquistado a fidelização dos clientes com o bom atendimento decorrido de ética e o bom relacionamento com seus colaboradores para com seus clientes, com melhores atitudes para entregar o melhor e com qualidade para a satisfação do cliente.

Além do mais, quando os colaboradores estão motivados isso faz com que garanta um ambiente positivo, tem a percepção de segurança e alegria no trabalho, clientes contentes e melhor desempenho. Portanto, é um desempenho importante para que a força de trabalho permaneça ativa e contribua da melhor maneira possível.

Na panificadora o líder tem como o exemplo de motivação o reconhecimento de um trabalho bem feito, recompensas como uma gratificação ou folga em um dia que o colaborador precisa e autonomia para que facilite o trabalho, oferecendo liberdade de fazer as coisas de maneira aceitável e ver as melhorias.

### **3.1.2 LIDERANÇA E EMPODERAMENTO**

Parte integrante na rotina da empresa, em qualquer companhia existe alguém que demanda as tarefas e outras pessoas a executam. O líder é o profissional que é capacitado a atrair e guiar de forma inspiradora todos que estão ao seu redor, no ambiente de trabalho caminha junto com o time para obter resultados. É ele quem divide responsabilidades e deixa que todos participem dos processos de decisão e execução. E quando é incentivado o empoderamento ao colaborador os processos ficam mais eficazes e os colaboradores se sentem mais úteis, fazendo parte diretamente nas tomadas de decisão. Por ser um negócio familiar, o estilo de liderança da padaria é pessoal conforme o perfil da equipe e de seu cargo, criando assim uma habilidade para inspirar sua equipe, já que está o tempo todo ligado ao que acontece na padaria para assim poder impactar e guiar seus companheiros de maneira assertiva.

A constante busca por melhorias para a organização é o que faz com que a tomem atitudes de maneiras mais responsáveis e sustentáveis para a empresa.

### **3.1.3 COMPORTAMENTO ADAPTATIVO NO AMBIENTE DE TRABALHO**

Comportamento adaptativo no ambiente de trabalho é basicamente um conjunto de habilidades conceituais, sociais e práticas que foram aprendidas e são executadas pelas pessoas em suas vidas cotidianas.

São comportamentos que visam o objetivo de proporcionar às pessoas com retorno de melhorias nos resultados pessoais relacionados a independência, relacionamentos, na comunidade e no seu bem estar pessoal.

Na padaria a atuação desse ambiente adaptativo são as seguintes habilidades: Gerenciamento do tempo, onde todos devem fazer seus horários de acordo com o combinado, para que não prejudique os outros com atrasos e faltas. Autoconsciência, ter consciência da própria consciência, de processos mentais (motivação, pensamentos, conhecimentos etc.) permitindo que continuem crescendo. Sociabilidade, cultivando a convivência com os da sociedade, escolhendo atitudes com cortesias. Relações afetivas, empatia entre os da organização e o regulamento das emoções que é a capacidade de controlar as emoções. Essas habilidades fazem parte das atividades diárias, para melhorar o desenvolvimento e contribuir para melhorias da empresa.

### **3.2 ESG E SUSTENTABILIDADE**

De modo geral, a Governança ambiental, social e corporativa e a sustentabilidade tem uma necessidade enorme dentro da empresa contribuindo primordialmente com os negócios, gerando para a empresa uma vantagem competitiva; minimizando custos e aumento da produtividade; tornando também um atrativo aos colaboradores e investidores. Além disso, pode-se citar vários fatores favoráveis que incluindo com a sustentabilidade faz uma enorme diferença na empresa, a sustentabilidade contribui de forma significativa nos sistemas produtivos, pelo motivo que os recursos naturais não se esgotam, podendo ser utilizados por gerações futuras, por isso, quando você faz a sua parte, deixa de prejudicar o meio ambiente, e para a empresa, a sustentabilidade não é somente um benefício ao meio ambiente, mas sim um retorno que ganha.

No conceito atual, o pensamento do filósofo ressalta a coexistência expansiva da empresa.

“Com país em desenvolvimento (mercado emergente, no jargão atual), é evidente que o Brasil deve prestar mais atenção aos princípios de adequada gestão de seus recursos naturais. Mais do que isso, o país tem de conceber formas de promover

bem-estar humano sem aceitar que seu capital natural seja usado ou degradado como se valesse quase nada. De fato, o Brasil enfrenta o desafio de lutar contra a pobreza fazendo simultaneamente uma correta consideração dos custos ambientais envolvidos como parte das políticas de desenvolvimento. Até agora, entretanto, e a despeito de uma retórica (em época mais recente) de sustentabilidade da parte do governo, o que tem prevalecido são iniciativas que não levam propriamente a natureza em consideração. No passado, os recursos naturais no país, foram tradicionalmente explorados à exaustão.” (Cavalcanti, 1991, p. 23-24).

Os recursos humanos nas atividades desenvolvidas são eficazes, pois as práticas de sustentabilidade têm implícito que os recursos humanos pensem verde e fora da caixa, isso quer dizer que, em um mundo cada vez mais sensibilizado para as questões da sustentabilidade ambiental, o papel diário de cada colaborador torna-se essencial, em particular, nesse setor da empresa, e tem a necessidade de ser alavancado pelos líderes.

Um fator importante que torna ainda mais contribuinte com a sustentabilidade é a gestão das organizações, que tem como finalidade garantir o suprimento das necessidades atuais da sociedade sem comprometer o das gerações futuras ou até mesmo áreas futuras, antes de mais nada, é necessário afirmar que essa gestão de organizações envolve áreas econômicas, fiscal e a legislação.

### **3.2.1 CONCEITO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL AO LONGO DO TEMPO**

A sustentabilidade não era comum nos tempos antigos, por falta de tecnologias e outros meios evolutivos, pode-se dizer que era um comércio básico e simples, não tinham incentivos para colocar em prática a sustentabilidade. E de conhecimento geral, que com a modernização atualmente tudo mudou, hoje já é seguido as normas do comércio, a elaboração prática de consumo consciente.

Pode-se afirmar que nos dias atuais conseguimos contribuir com o meio ambiente e mudar os costumes anteriores, pensando no futuro de todos, nas consequências nocivas para o meio ambiente e também nas finanças domésticas. Essa nova maneira que anda sendo adaptada por um grande público (famílias, parentes, comércios, fábricas, lugares turísticos) é benéfica e influência cada vez mais.

### **3.2.2 A VARIÁVEL ECOLÓGICA NO AMBIENTE DOS NEGÓCIOS**

É utilizado os lixos orgânicos e não orgânicos que já contribui com o ambiente, e um ponto favorável e que as reciclagens são doadas para pessoas que vivem da reciclagem, e conscientizar os funcionários a evitar o desperdício de água (esfregar tudo e depois lavar, sem deixar a torneira aberta) e energia (apagar as luzes quando o ambiente estiver claro, deixar as luzes apagadas no estoque e outras partes da panificadora). Além desse detalhe sobre o dia a dia, é de importante valor destacar os detalhes sustentáveis estabelecidos, como: mesas e cadeiras sustentáveis no interior da panificadora e uma decoração com aproveitamento de entrada da luz solar e portas grandes para ventilação, deixando o local aconchegante e bem arejado, para que não precise de ventiladores ou ar-condicionado. São detalhes pequenos que beneficiam em grande porcentagem o estabelecimento.

### **3.2.3 INDICADORES DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

A evolução do desenvolvimento sustentável na empresa teve início a partir dos novos treinamentos com os funcionários, visando o consumo consciente de energia e água que eram gastos todos os dias.

É de fundamental importância destacar a eficácia e necessidade de comunicação no ambiente organizacional, isso contribui com um ambiente cada vez mais produtivo, que cativa ainda mais os clientes, ainda sobre isso a comunicação é igual para todos, como a empresa sempre foi familiar (mãe, pai e irmãos) e ainda mais fácil se dar bem dentro do ambiente, pelo fato de se conhecerem e terem intimidade para passar o dia juntos, a partir desse modo de inovação foi possível pensar em dar oportunidades para pessoas de fora, para que ela contribuam com a empresa nos finais de semana ou dias que a empresa precisa de ajuda.

### **3.3 GESTÃO DE INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE**

Inovar se tornou indispensável para empresas que querem se manter competitivas no cenário atual, que apresenta diversos desafios.

Antigamente as empresas controlavam o mercado e havia mais demanda do que oferta com foco total no produto. A Inovação é o processo pelo qual uma área, produto ou serviço é renovado e aprimorado, aplicando novos processos, introduzindo novas técnicas ou desenvolvendo ideias de sucesso para criar novos valores.

Hoje a situação inverte-se: os consumidores estão no centro da experiência de compra e são muito mais exigentes, enquanto a oferta de produtos e serviços se multiplicou e a concorrência aumentou exponencialmente.

### **3.3.1 CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO COMO FATOR GERADOR DE COMPETITIVIDADE**

Os colaboradores são incentivados a aproveitar a criatividade deles para gerar inovação, por isso o responsável da organização realiza feedbacks, propõe desafios entre eles.

A empresa colabora com a melhoria do meio ambiente fazendo a separação de materiais recicláveis, alguns requisitos que ela pode adquirir também é: Diminuir o desperdício, reaproveitando o material já utilizado, fazendo um controle de estoque eficiente, doando os alimentos perto da data de validade que não serão usados. Dispensar o uso de copos descartáveis, o uso de canudos plásticos, trabalhando com embalagens biodegradáveis.

A organização respeita as diferenças e diversidades de ideias de cada colaborador, ela realiza ações práticas, avalia e mensura o quadro de funcionários e acompanha indicadores e métricas de diversidade e inclusão.

Todos na empresa têm a possibilidade de pensar juntos, dar opiniões, e até mesmo feedbacks proporcionando um ambiente colaborativo de ideias e criatividade. Ela investe em programas de interação em conjunto, buscando sempre comemorar as pequenas realizações, definindo também as atividades de cada colaborador.

### **3.3.2 INOVAÇÃO COMO FATOR HUMANO**

Na padaria os colaboradores são incentivados a valorizar a sua própria criatividade, para melhorar em todos os níveis a empresa. Lá os funcionários conseguem demonstrar suas habilidades criativas e técnicas de uma maneira que pode ajudar a melhorar os resultados sociais, ambientais e econômicos.

Existe um programa onde eles falam a suas ideias, suas opiniões de como agregar e melhorar o funcionamento da inovação na empresa. Com isso, eles possuem um espaço para poder exercer a sua criatividade na empresa, sempre tem dinâmicas que ajudam eles a expor as suas criatividades. Uma ideia que a empresa pode aderir é os colaboradores acessarem o aplicativo CANVA para sistematizar a captação de ideias e desenvolver anúncios, ofertas, e algumas ideias que podem ajudar nas vendas. A organização sempre reconhece as ideias, realizações criativas, que são realizadas pelos colaboradores para melhorar o funcionamento

da empresa. O organizador sempre mantém seus colaboradores motivados, por isso existe o programa de feedbacks.

### **3.3.3 MELHORES PRÁTICAS INOVATIVAS PARA SUSTENTABILIDADE**

Na organização é utilizado um sistema de separação de lixo seco e úmido, que pode ser ou não ser reutilizado e descartado. Buscando sempre fornecedores que tenham produtos sustentáveis, também tem o pessoal da reciclagem, que sempre passam e recolhe as reciclagens que foram separadas. Contém na empresa plaquinhas que auxiliam na conscientização para promover comportamentos sustentáveis ao público local, também será colocado em prática um programa de avaliação das práticas sustentáveis na empresa. Funcionará da seguinte forma, colocando placas de energia solar, priorizando sempre o consumo de água, olhando sempre o ciclo de qualidade do produto e incentivando as comunidades locais também.

## **3.4 TECNOLOGIAS DIGITAIS**

A tecnologia digital tem evoluído rapidamente nas últimas décadas, transformando profundamente diversos aspectos da sociedade e da economia. A popularização da internet e dos dispositivos móveis, por exemplo, permitiu o acesso a informações e serviços em qualquer lugar e a qualquer hora, além de criar novas formas de entretenimento e comunicação. Além disso, diversas tecnologias digitais foram criadas e aprimoradas nos últimos anos, como a inteligência artificial, a robótica, a realidade virtual e aumentada, a blockchain, entre outras. Essas tecnologias têm sido utilizadas em diferentes setores da economia, desde a indústria e o comércio até a saúde e a educação, trazendo benefícios como aumento de eficiência, redução de custos, melhoria na qualidade de vida e inovação.

Porém, a evolução tecnológica também traz consigo desafios e preocupações, como a privacidade de dados, a segurança cibernética e a automação de empregos. Por isso, é importante que a tecnologia seja desenvolvida de forma responsável e ética, levando em consideração os impactos sociais e ambientais.

No geral, a evolução das tecnologias digitais tem sido acelerada e promissora, oferecendo cada vez mais possibilidades e soluções para a sociedade.

No entanto, é possível observar que a pandemia da COVID-19 acelerou a adoção de tecnologias digitais em diversos setores da economia e da sociedade. Empresas tiveram que se

adaptar rapidamente ao trabalho remoto, escolas e universidades precisaram adotar soluções de ensino à distância, e o comércio eletrônico viu seus números crescerem significativamente.

Com isso, diversas tecnologias digitais foram mais utilizadas e aprimoradas, como videoconferências, aplicativos de entregas, sistemas de gestão remota, ferramentas de inteligência artificial e robótica, entre outras.

Portanto, é possível dizer que a pandemia impulsionou a evolução e o desenvolvimento de tecnologias digitais em diversos aspectos, trazendo mudanças significativas para a sociedade e estimulando a busca por soluções mais avançadas e eficazes.

### **3.4.1 TECNOLOGIAS DO MUNDO CONTEMPORÂNEO**

A padaria São Sebastião não utiliza muito a tecnologia, ela utiliza somente um sistema bem simples para caixa e utiliza também a internet (rede wifi).

A tecnologia pode ter diversas aplicações dentro de uma padaria, ajudando a otimizar processos e melhorar a experiência do cliente. Algumas dessas aplicações incluem:

- Sistemas de gestão: um software específico para padarias pode ajudar a gerenciar estoques, controlar as vendas e o fluxo de caixa, além de automatizar outras tarefas administrativas. Com este projeto podemos concluir que a padaria São Sebastião é uma empresa que está buscando novas melhorias com visão no mercado atual de sustentabilidade.

- Equipamentos modernos: máquinas de fazer pão, fornos e outros equipamentos de cozinha modernos e tecnológicos ajudam a aumentar a produtividade, reduzir desperdícios e melhorar a qualidade dos produtos.

- PDV (Ponto de venda) móvel: dispositivos móveis, como tablets e smartphones, podem ser utilizados para realizar vendas e pagamentos em qualquer lugar da padaria, tornando o processo mais rápido e prático para o cliente.

- Marketing digital: com o uso de redes sociais e outras ferramentas digitais, é possível promover a padaria e seus produtos, além de criar campanhas de fidelização de clientes.

- Automação de pedidos: sistemas de automação de pedidos podem ser utilizados para que os clientes façam seus pedidos por meio de um aplicativo ou site da padaria, agilizando o processo e evitando filas.

Essas são apenas algumas das possibilidades de aplicação de tecnologia dentro de uma padaria. A adoção de tecnologias modernas pode ajudar a aumentar a eficiência e a competitividade do negócio, além de oferecer uma experiência mais agradável e conveniente para o cliente.

### **3.4.2 FERRAMENTAS DIGITAIS (Google)**

As ferramentas do Google podem ser bastante úteis dentro da padaria, proporcionando diversas possibilidades. Algumas delas são:

- Google Agenda: pode ser usada para marcar horários de entregas ou agendar reuniões com fornecedores.

- Google Drive: ideal para armazenar e compartilhar documentos importantes, como planilhas de controle de estoque ou receitas.

- Google Meu Negócio: permite que a padaria seja encontrada facilmente pelos clientes na busca do Google, além de possibilitar a atualização de informações, como horários de funcionamento e endereço.

- Google Forms: pode ser usado para criar pesquisas de satisfação dos clientes ou enquetes internas para colaboradores da padaria.

Essas são apenas algumas das possibilidades de aplicação das ferramentas do Google dentro de uma padaria. É importante lembrar que essas tecnologias podem ajudar a otimizar processos e melhorar a experiência dos clientes, proporcionando mais eficiência e praticidade para a gestão do negócio.

### **3.4.3 TRANSFORMANDO DADOS EM INFORMAÇÕES**

Na padaria, a transformação de dados em informações úteis pode ajudar os proprietários a tomar decisões mais informadas sobre o negócio. Por exemplo, a coleta de dados sobre vendas diárias pode ser usada para identificar tendências de vendas e determinar quais produtos são mais populares entre os clientes. A análise desses dados pode revelar sazonalidades e flutuações nas vendas que podem ser usadas para ajustar o estoque e o planejamento de produção. Além disso, a coleta de dados sobre os custos de produção, margens de lucro e preços pode ajudar a determinar o preço ideal de cada produto, com base no seu desempenho nas vendas. Isso pode garantir que a padaria esteja maximizando a rentabilidade e minimizando os custos.

A coleta de dados também pode ser usada para monitorar a satisfação do cliente, por meio de feedbacks, avaliações e comentários. Os proprietários podem analisar esses dados para obter insights sobre áreas que precisam de melhorias, como o atendimento ao cliente ou a qualidade dos produtos.

Em resumo, a transformação de dados em informações na padaria pode ajudar a melhorar a tomada de decisões estratégicas, aumentar a eficiência operacional e garantir a satisfação do cliente e a rentabilidade do negócio.

### **3.5 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ**

A comunicação eficaz é uma habilidade importante em todas as áreas da vida. Ao praticar a escuta ativa, ser claro e empático é ser assertivo, você pode melhorar sua comunicação e evitar conflitos. Lembre-se de que a comunicação é uma habilidade que pode ser aprimorada com a prática, então continue trabalhando nisso para se tornar um comunicador mais eficaz. Comunicar de forma eficaz é fundamental para garantir o sucesso em qualquer área da vida. Seja no trabalho, em casa ou na escola, a habilidade de se expressar de maneira clara e objetiva.

A comunicação é uma habilidade que pode ser aprimorada com a prática. Tente se comunicar de forma clara e eficaz em todas as áreas da sua vida e peça feedback aos outros. Isso pode ajudá-lo a identificar áreas em que precisa melhorar e a desenvolver sua confiança na comunicação.

Seja assertivo, não agressivo.

Ser assertivo significa expressar suas opiniões e necessidades de forma clara e direta, sem ser agressivo ou hostil. Isso pode ajudar a evitar conflitos e garantir que sua mensagem seja clara. Certifique-se de que está usando um tom de voz calmo e evite expressões como "sempre" ou "nunca", que podem ser interpretadas como acusações.

#### **3.5.1 COMUNICANDO DE FORMA EFICAZ**

- **Tópico 1: Construindo relações com a comunicação eficaz**

É preciso de algumas características da comunicação para melhorar a vida em todos os aspectos. Há dois tipos de diálogos, um usa palavras e o outro o tom de voz. Às vezes os dois combinam, mas muitas vezes não. Tom de voz, Cadência, Volume e Outras características vocais, dessa forma consegue-se sintonizar a comunicação verbal com a não verbal. Portanto, não é somente o que você diz, que terá impacto no outro, mas como é dito. Envolve também a

linguagem corporal; tom de voz e volume da voz. A maioria das vezes a comunicação não verbal fala mais alto do que a própria voz.

As emoções têm papel importante na comunicação, pois não é só o que você diz, mas o que o outro entende. As emoções podem até mudar a interpretação do que foi dito. E na presencial tem atenção na reação do outro, comunicando de forma que o outro entenda o que está sendo dito e certificar-se quantas vezes for necessário.

Quando for falar com alguém puxe os ombros para trás e mantenha a cabeça erguida, mantenha a conexão na conversa, faça contato visual e emita sinais positivos e deixe uma boa impressão final positiva mantendo-se de pé deixando a impressão de confiança.

Ouvir é um dos pontos mais importantes, para valorizar o outro e responder de forma adequada. Se conectando com as pessoas sendo bom ouvinte os relacionamentos avançam para um nível profundo. Ao fazer perguntas automaticamente melhora a sua inteligência emocional, consegue otimizar as perguntas conforme vai perguntando; você deve ser um excelente ouvinte e depois ser humilde para reconhecer que não sabe algo e perguntar. É preciso atenção também ao tom de voz; o tipo da pergunta; a sequência da pergunta; a formulação e a linguagem corporal. Perguntas abertas são melhores para que o interlocutor decorra do assunto.

## ● **Tópico 2: Diálogo e o poder de uma boa conversa**

O diálogo ele surge espontaneamente, não exige uma preparação de argumentos. O diálogo requer envolvimento, empatia e atenção, no diálogo não cabe o envolvimento de julgar o pensamento do outro, e nem desfavorecer o pensamento do adversário, isso não significa que tem que concordar com tudo, porém entender a fala do outro que dirige a você.

Um elemento indispensável no diálogo é a humildade, quando o outro fala, nem sempre ele quer uma resposta, na maioria das vezes ele só quer alguém que ouve sem julgamentos, ou opiniões.

Na estruturação do processo de diálogo, sempre fale e dê carta aberta para que as pessoas ao seu redor fale em primeira pessoa. O objetivo do diálogo é a autoridade de quem fala.

A roda de conversa tem uma estrutura básica, que é ter uma abertura, um desenvolvimento e um fechamento.

Em todos os aspectos a boa comunicação pode te favorecer em todos os sentidos, é por meio dela que podemos desenvolver uma boa avaliação de desempenho.

Uma pessoa com uma boa comunicação consegue se expressar de forma mais clara e objetiva, facilitando assim a compreensão de todos os envolvidos na conversa e no diálogo. Para ter uma comunicação é importante que saiba compreender o outro, saber a hora de ouvir e de falar sem que afete o outro.

A comunicação é uma necessidade humana de expressar diferentes tipos de informação e um processo de compartilhamento de conhecimento por meio da fala, gestos, timbres e linguagem. Com isso, as pessoas acessam um canal, como a escrita, o telefone e a internet e interagem no processo tornando o ato de comunicação essencial para a sociedade.

- **Tópico 3: Comunicação eficaz escrita: a importância da mensagem**

A comunicação escrita é uma das formas mais importantes e eficazes, por mais que também seja arriscada pelo motivo de não expressar sentimentos e entonação, com isso, a escrita é uma das formas essenciais para uma vaga de trabalho atualmente.

A comunicação eficaz é composta por alguns elementos que beneficiam o cotidiano, são eles: Narração, argumento, relato, exposição, descrição.

Atualmente, pode-se dizer que é bem prático criar textos usando algumas ferramentas criadas com a inovação ao decorrer do tempo, pois um texto bem escrito, deve ter uma formatação inovadora e uma excelente apresentação visual.

Sempre é necessário revisar todas as partes dos textos, um simples erro é significativo.

Possui 4 pontos importantes para que seja muito fácil de ler e interpretar, pode-se usar esses 4 pontos para a hora da escrita. Dessa forma, é importante destacar a importância a partir de conversas simples do cotidiano até assuntos formais, esse assunto é necessário para todos atualmente, a escrita é essencial para todos os assuntos e pessoas, sem ter prioridade apenas para algumas partes, é necessário para todos.

- **Tópico 4: Comunicação virtual**

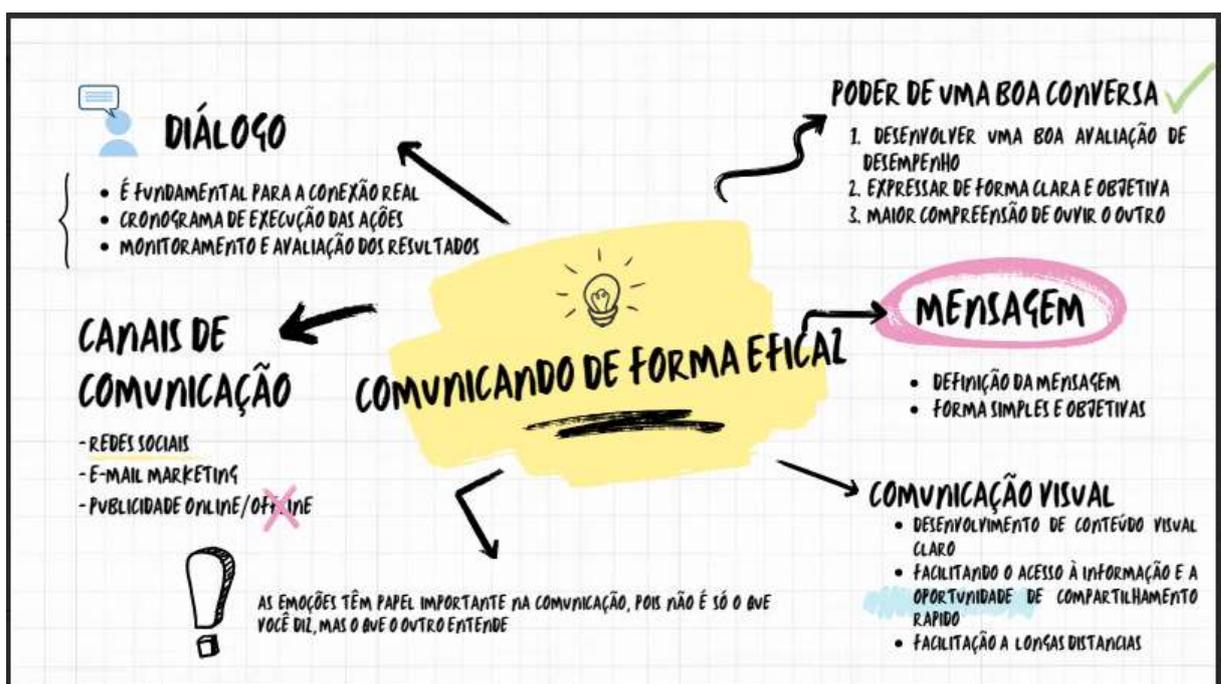
A comunicação virtual é importante para conectar pessoas em todo o mundo de maneira fácil e acessível. Através das ferramentas de comunicação virtual, como e-mail, mensagens instantâneas, videoconferências e redes sociais, podemos nos comunicar com colegas de trabalho, clientes, amigos e familiares em tempo real, independentemente da localização geográfica. Algumas vantagens da comunicação virtual incluem:

- Facilita a comunicação a longa distância;
- Reduz os custos de comunicação, como despesas de viagem;
- Permite uma maior flexibilidade de horários para comunicação em equipe e colaboração;
- Proporciona uma base para trabalhos remotos e equipes distribuídas;
- Facilitando o acesso à informação e a oportunidade de compartilhá-la rapidamente.

Em geral, a comunicação virtual é uma ferramenta importante no mundo atual, permitindo que as pessoas se conectem e trabalhem juntas apesar da distância física. No entanto, é importante estar ciente das limitações e dos riscos, bem como utilizar outras formas de comunicação quando necessário.

### 3.5.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Foi elaborado um banner para ajudar na divulgação da contribuição da comunicação eficaz na vida pessoal e profissional, e como ela pode contribuir para o desenvolvimento da vida e carreira de uma pessoa.



## 4 CONCLUSÃO.

A empresa já operava algumas práticas de sustentabilidade, e com o projeto foi possível abordar ferramentas e meios sustentáveis para que conseguissem ainda mais buscar grandes resultados, coisas pequenas, em que em um único ato, pode trazer grande mudança e ajuda ao meio sustentável.

Ao decorrer do projeto a empresa agregou lixeiras com separação de recicláveis para seus clientes, juntamente com suas placas de conscientização à sustentabilidade. Conseguiu se adequar a mudança de anotar as vendas no caderno, e passaram a utilizar as planilhas de excel (uma forma ainda mais segura de não perder seus dados). Aderiu ao projeto de captação de água da chuva, e indicadores para comparativo da evolução da economia. Projeto futuro para instalação de placas solares, onde o consumo de energia é sustentável e economicamente viável.

Com este projeto podemos concluir que a padaria São Sebastião é uma empresa que está buscando novas melhorias com visão no mercado atual de sustentabilidade.

## REFERÊNCIAS

*A CULTURA ORGANIZACIONAL NO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO*. Disponível em: <<https://www.abip.org.br/site/a-cultura-organizacional-no-planejamento-estrategico/>>. Acesso em: 18 mar. 2023.

CAVALCANTI, M.; ASHLEY, P. A.; GIANSANTI, R.. Responsabilidade e Meio Ambiente (Programa do Livro- Texto). 2a ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso nas organizações. 4.ed. Rio de Janeiro:Atlas, 2021. Parte 1, capítulo 107.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). *Nosso futuro comum* Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1988

LARUCCIA, M. M. Sustainability strategies: When does it pay to be green? Revista de Administração Contemporânea, v. 16, n. 1, p. 172-174, 2012.

*LIDERANÇA*:<<https://www.pontotel.com.br/lideranca/#:~:text=Boa%20leitura!-,Lideran%C3%A7a%3A%20Conceito,pelas%20palavras%20que%20ele%20diz>>. Acesso em: 7 abr. 2023

LYRA, M. G.; GOMES, R. C.; JACOVINE, L. A. G. O papel dos stakeholders na sustentabilidade da empresa: contribuições para construção de um modelo de análise. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 13, n. especial, p. 39-52, 2009.

Teixeira, M. G. C., & Bessa, E. da S. (2009). Estratégias para compatibilizar desenvolvimento econômico e gestão ambiental numa atividade produtiva local [Edição Especial]. *Revista de Administração Contemporânea*, 13, 1-18. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rac/v13nspe/a02v13nspe.pdf> doi: 10.1590/S1415-6552009000500002

## ANEXOS





