

**LEAN OFFICE NA OTIMIZAÇÃO DE PROCESSOS INFORMACIONAIS EM
AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE
ODS (9)**

Denílson de Souza (Universidade de Taubaté)

Guilherme Henrique de Souza (Universidade de Taubaté)

Ivair Alves dos Santos (Universidade de Taubaté)

Caroline Alves dos Santos (Universidade de Taubaté)

O presente estudo tem como objetivo analisar o papel da comunicação integrada na implementação do Lean Office em organizações de serviços, investigando sua contribuição para o engajamento dos colaboradores e para a redução de desperdícios informacionais. A competitividade do século XXI exige que empresas, sejam industriais ou de serviços, adotem práticas voltadas à eficiência, à inovação e à gestão integrada de processos. Nesse contexto, o Lean Office surge como evolução do Lean Manufacturing, aplicando os princípios da filosofia enxuta em processos administrativos e informacionais, visando simplificar fluxos de trabalho, eliminar gargalos e aumentar o valor entregue ao cliente. Para atingir os objetivos propostos, a pesquisa adotou abordagem qualitativa, exploratória e descritiva, fundamentada em revisão bibliográfica sistemática de livros clássicos, artigos científicos e materiais de instituições especializadas, abrangendo desde a origem e evolução histórica do Lean até suas aplicações contemporâneas em diferentes contextos organizacionais. Os resultados evidenciam que a comunicação integrada estruturada de forma clara, recorrente e alinhada à estratégia organizacional é essencial para viabilizar a adoção do Lean Office, promovendo maior engajamento dos colaboradores, reduzindo resistências culturais e fortalecendo a internalização dos princípios enxutos. Observou-se que, além de aumentar a produtividade administrativa e reduzir desperdícios de informação, como retrabalho, falhas de comunicação e excesso de reuniões improdutivas, o plano de comunicação contribuiu para o desenvolvimento de uma cultura organizacional orientada à melhoria contínua e à colaboração. Entretanto,

a implementação do Lean Office enfrenta desafios significativos relacionados à liderança, barreiras culturais e fragilidade nos processos de comunicação interna, o que reforça a necessidade de estratégias participativas e de gestão alinhadas aos objetivos estratégicos da organização. Conclui-se que a comunicação integrada deve ser compreendida não apenas como um instrumento de suporte, mas como elemento estratégico indispensável à implementação bem-sucedida do Lean Office, consolidando práticas sustentáveis de gestão, eficiência operacional e competitividade em ambientes administrativos dinâmicos e complexos.

Palavras-chave: Lean Office; Comunicação Integrada; Engajamento; Produtividade Administrativa.