

Transformação digital: a forma correta de realizar essa mudança

Segundo um estudo global da Pegasystems Inc, empresa de software americana, realizada pela Savanta, consultoria de pesquisa de mercado, com quatro mil funcionários nas Américas, Europa, Oriente Médio e África, para entender a evolução da complexidade dos negócios, foi apontado que 42% dos entrevistados consideram que a transformação digital tornou seus trabalhos mais complexos

No Brasil, mesmo com muitos projetos para se adaptar à nova realidade digital, estabelecida pela pandemia, apenas 19% dos entrevistados pontuam que a transformação digital tornou seus trabalhos muito menos complexos, 30% acham que tornou o trabalho um pouco menos complexo, e 12% acham que não teve nenhum impacto.

Entre os motivos que levaram a esses resultados, acredita-se que a concentração nos elementos errados ou a ineficiência nas iniciativas foram os principais fatores. Inclusive, chegou a gerar complexidade nas atividades exercidas pelos funcionários, como por exemplo, no gerenciamento de sobrecarga de informações, navegação pelos processos internos e burocráticos, gestão de pessoas e projetos, acompanhamento de mudanças e falta de recursos.

Para Nanda Nogueira, CEO da Closedgap, empresa de consultoria que oferece soluções de transformação digital, é preciso tomar cuidado para que essa transformação não se torne apenas uma digitalização do trabalho.

“Antes da pandemia, as pessoas percebiam como tudo estava mudando e se tornando mais fácil, rápido e digital, como pedir comida,



É preciso tomar cuidado para que essa transformação não se torne apenas uma digitalização do trabalho.

fazer compras, usar aplicativo para mobilidade, entre outros, mas não havia necessidade delas mudarem todo o formato da sua empresa rapidamente para seguirem o mesmo modelo.

Quando a pandemia chegou, elas se viam em uma encruzilhada, ou mudam seu formato para algo 100% remoto ou não seguem em frente, e para isso acontecer, elas não tiveram tempo para se planejar”, explica a CEO. Atualmente, vivendo esse pós-pandemia, ela complementa afirmando ser possível se organizar melhor agora, pois essa

mudança não pode ser algo que aconteça do dia para a noite, precisa ser constante e inovador, para sempre trazer resultados e ser, de fato, eficaz.

Outro ponto analisado é a concorrência, antes um serviço prestado ou fornecido em uma determinada região, hoje, o consumidor pode encontrar por um “clique” até de países estrangeiros. Ou seja, a competição por um espaço no mercado está cada vez maior. “É importante entender que nessa busca rápida por uma transformação digital, muitas empresas pensam apenas na parte

tecnológica e bruta, então ter equipamento e softwares parece ser a solução, mas é somente o primeiro passo.

E dependendo da estratégia usada, pode ser um passo errado, porque se não é feita uma avaliação holística e global a respeito da corporação, com foco em liderança, gestão de pessoas, cultura do ambiente de trabalho e nos processos para eles serem mais adaptáveis, é possível cair em uma transformação “ineficaz”, argumenta a Nanda.

Diante disso, a solução primeiramente é ter clareza e direcionamento, para saber onde e como chegar no seu objetivo. Depois compreender a gestão de pessoas, onde não basta apenas contratar os melhores funcionários, mas treinar uma equipe já existente para que possam trabalhar com a transformação digital dentro do ambiente corporativo.

E por último, obter uma mudança no foco dos clientes, ou seja, “sair da caixa”, buscando o que é melhor para o público-alvo de cada empresa, sem apenas copiar o que já existe no mercado. “Afinal, assim como nós, os consumidores também gostam de ser surpreendidos”, finaliza a especialista. - Fonte e mais informações, acesse: (<https://closedgap.com/>).

O investimento social e a capacidade de gerar retorno

A desigualdade social sempre estava em evidência no Brasil e se agravou ainda mais com a pandemia, portanto os investimentos sociais são primordiais para a mudança efetiva desse cenário. São os aportes necessários para iniciativas que visam apoiar projetos que causam um impacto positivo no meio ambiente, na sociedade e na economia de uma forma geral.

E não é apenas isso, eles também geram lucro para os negócios! Confira quatro verdades sobre os investimentos sociais que impactam diretamente os negócios da sua empresa:

- 1) Alinhamento aos negócios** - O consumidor já está bem informado sobre empresas que usam a sigla ESG de “fachada” e que apoiam causas apenas no discurso. No mundo atual, para que um empreendimento tenha futuro, ele precisa fazer o ESG acontecer na prática, consolidando uma imagem pautada pela coerência.
- 2) Imagem e reputação** - Não é difícil imaginar os motivos, mas o posicionamento no mercado é relevante para melhorar a imagem e da reputação de uma marca diante do seu público consumidor e seus diversos stakeholders. Alguns estudos in-

dicam que o cliente prefere pagar mais caro por produtos e serviços que são mais sustentáveis e que apoiem causas que ele acredita. Ao mesmo tempo, imagine um escândalo com práticas de violência contra animais, idosos ou pessoas, afastando os seus parceiros de negócio? Crise na certa!

3) Proximidade com o consumidor - Quando um negócio se engaja e apoia projetos de impacto, automaticamente ele se aproxima de pessoas e muda vidas, positivamente. Isso gera um aumento de admiração pela marca pelo público, proximidade com as comunidades e potenciais clientes, bem como estreita o relacionamento com stakeholders.

4) Aumento das oportunidades - Ao investir impacto positivo, automaticamente há um aumento das oportunidades de negócio. Parcerias frutíferas que vão além do envolvimento do dinheiro, otimizando assim recursos e fomentando o crescimento da empresa de forma justa e sustentável. Fonte e outras informações, acesse (<https://www.yunusnegociossociais.com/>).

Andréa Löfgren

Economia da Criatividade #FullSailBrazilCommunity

O que podemos esperar das próximas eleições para as indústrias criativas?

As eleições para o executivo e legislativo agora em outubro serão fundamentais para as indústrias criativas. Além da desconstrução institucional e política do segmento da cultura, não houve pelo governo federal o real entendimento da importância das indústrias criativas para a economia brasileira. Para se ter uma ideia da importância desse segmento, em 2020 o PIB criativo totalizou R\$217.4 bilhões de reais, número comparável à produção total da construção civil. Isso significa que o segmento foi responsável por 2.91% do PIB brasileiro. Além disso, em 2020, o Brasil contava com 935,000 profissionais criativos formalmente empregados. Ou seja, não faz sentido, em termos econômicos, que não existam políticas públicas para as indústrias criativas.

Mas o que são as indústrias criativas? As indústrias criativas são compostas de 13 segmentos separados em quatro grandes áreas criativas: **(1)** Consumo, composto pelo design, arquitetura, moda e publicidade & marketing; **(2)** Mídias, composto pelo mercado editorial e audiovisual; **(3)** Cultura, composta pelo patrimônio e artes, as expressões culturais, a música e as artes cênicas; e finalmente **(4)** Tecnologia, que inclui pesquisa & desenvolvimento (P&D), Biotecnologia e tecnologia da informação & comunicação (TIC).

Conforme exposto na introdução, os números são impressionantes, no entanto além dos indicadores econômicos, é importante entender que as indústrias criativas estão associadas a atividades produtivas de alto valor agregado tais como pesquisa, desenvolvimento e tecnologia da informação. Essa característica promove a competitividade das

empresas, mas também do país, pois impacta positivamente nos processos empresariais, elevando a produtividade dos trabalhadores e reduzindo custos.

Que pontos deverão ser abordados nas próximas eleições pelos candidatos ao executivo e ao legislativo diante do inegável valor estratégico desse setor?

- (1)** Criação de um ministério dedicado às indústrias criativas, com a elaboração de políticas públicas para os 13 segmentos, com a participação dos atores relevantes do setor. O reconhecimento de que se trata de uma indústria relevante, tanto na geração de empregos quanto na arrecadação de impostos é fundamental.
- (2)** Criação de legislação trabalhista mais adequada às características do profissional criativo. Num mundo que preza cada vez mais o aumento da eficiência, otimização de recursos, digitalização, inovação e compreensão de novas demandas, será necessário viabilizar formas alternativas de trabalho. Outra questão importante do ponto de vista trabalhista é regulamentar profissões criativas que hoje se encontram em situação de precariedade dado o alto nível de informalidade.
- (3)** Acesso a mecanismos alternativos de fomento e crédito. Não existe no Brasil o hábito de patrocínio não incentivado, ou seja, empresas privadas não costumam alocar verbas dos seus orçamentos para a promoção cultural, algo que é comum em outros países. Portanto aqui existe uma dependência desproporcional nos mecanismos de fomento direto e indireto. Além do mais, pequenos produtores têm

dificuldade em obter crédito a juros razoáveis. Viabilizar fontes de fomento alternativas tais como

- (4)** Descentralização do fomento direto e indireto. A Lei de Incentivo à Cultura trouxe grandes avanços na viabilização de projetos culturais. Por ser um fomento indireto mediante renúncia fiscal, ou seja, permite que pessoas jurídicas e físicas financiem projetos culturais por meio de patrocínio e doações, com a posterior dedução de percentual do valor devido ao imposto de renda. Um efeito desse mecanismo é que os projetos incentivados tendem a ser selecionados com base nos interesses das empresas, que naturalmente preferem mercados mais maduros como os grandes centros urbanos, em detrimento do interior e das periferias. Apesar de existirem leis e programas que já abordam essa questão, é importante que se abra uma discussão sobre a universalização e melhor distribuição desses recursos.

Dada a natureza única das indústrias criativas, ter gestores públicos e legisladores que entendam das necessidades desse segmento se torna, portanto fundamental.

(*) - Especialista em Processos e Projetos, com mais de vinte anos de experiência em gestão de processos e planejamento operacional. Atuou em empresas de diversos segmentos incluindo consultoria de gestão, telecomunicações, tecnologia da informação, serviços financeiros, óleo & gás, megaeventos, parques temáticos e associações de classe. Hoje é sócia da Gig Flows, uma consultoria de gestão que se dedica exclusivamente ao planejamento estratégico e melhoria de processos para empresas das Indústrias Criativas e do Entretenimento ao vivo. Andréa é advogada formada pela PUC-RJ com MBA pelo IAG PUC-RJ e Master's Degree em Entertainment Business pela Full Sail University e está finalizando o mestrado profissional em Gestão da Economia Criativa pela ESPM e a pós-graduação em Direito Intelectual pela PUC-RJ.

Edital de Citação Prazo de 20 dias. Processo Nº 1003147-27.2022.8.26.00080(A) MM. Juiz(a) de Direito da 2ªVC, do Foro Regional VIII - Tatupapé, Estado de SP, Dr(a). Antônio Mansur Filho, na forma da Lei, etc. Faz Saber a Mayara Dalaine Ferreira Silva, CNPJ/19.713.131/0001-44, na pessoa do seu representante legal, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de Network Beauty & Fashion Cosmética Ltda, objetivando o recebimento da importância de R\$ 17.295,32 (dezesete mil, duzentos e noventa e cinco reais e trinta e dois centavos), referente à compra de produtos cosméticos junto a autora, e não pagos, conforme notas fiscais anexadas aos autos. Encontrando-se a ré em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua CITAÇÃO, por EDITAL, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, a ré será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 22 de junho de 2022.

Edital de Citação Prazo de 20 dias. Processo Nº 1001937-72.2021.8.26.0590. Edital de Citação Prazo 20 dias. Proc. 1001937-72.2021.8.26.0590. O Dr. Artur Martinho de Oliveira Júnior, Juiz de Direito da 6ªVC do Foro de São Vicente/ SP. Faz Saber a Isidro Gonzalez Acosta, paraguaiense, solteiro, administrador, RG Nº 885.720 / CPF/MF Nº 215.906.608-70, que Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda, ajuizou-lhe ação de Cobrança no valor de R\$ 5.996,89, referente às da taxa de conservação e melhoramentos do lote "16", da Quadra QC, do Loteamento STA Cristina Gleba VII (atualmente denominado Riviera DE STA. Cristina XIII Setor Marina). Estando o réu em lugar ignorado, foi deferido a sua Citação por edital, para que em 15 dias, a fluir após os 20 dias supra, conteste a ação sob pena de serem tidos como verdadeiros os fatos alegados na inicial. Ficando advertido de que Será nomeado curador especial em caso de revelia. Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. São Vicente, 27 de Julho de 2022.

MCN Empreendimentos e Participações S.A.

CNPJ: 61.281.218/0001-56
Assembleia Geral Ordinária - Convocação
São convocados os Senhores Acionistas a se reunirem em Assembleia Geral Ordinária, no dia de 08 de agosto de 2022 às 10:00 horas, na sede social, à Avenida Guilherme Cotching, nº 726 - conjunto 81 - Vila Maria - CEP: 02113-010, nesta Capital, a fim de deliberarem sobre a seguinte ordem do dia: a) Discutir e votar as demonstrações financeiras e destinação dos resultados relativos ao exercício encerrado em 31 de dezembro de 2021; b) Reeleição dos diretores para o exercício de 2022 a 2024; Continuar a disposição dos Srs. Acionistas os documentos a que se refere a letra "a" a da ordem do dia acima. (27, 28 e 29)

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal de Assinaturas Certisign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/0629-4CE8-8EDD-8608> ou vá até o site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 0629-4CE8-8EDD-8608



Hash do Documento

0F12A9246481EEF80F337FBAAB58520CAB3858E24CE513DA3018A0F6EC5D19C5

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 28/07/2022 é(são) :

Jornal Empresas & Negócios Ltda - 008.007.358-11 em 28/07/2022 19:44 UTC-03:00

Tipo: Assinatura Eletrônica

Identificação: Autenticação de conta

Evidências

Client Timestamp Thu Jul 28 2022 19:44:02 GMT-0300 (Horário Padrão de Brasília)

Geolocation Latitude: -23.4937708 Longitude: -46.7234694 Accuracy: 13.717

IP 187.34.179.139

Hash Evidências:

A1C1D9657E24EC088B2A41C34D3C930C340302DD535FFC5F31FFE65E6F49FAEF



LEIA O QR CODE ABAIXO E ACESSE A PUBLICAÇÃO EM NOSSO PORTAL



https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade_legal/mcn-empresendimentos-e-participacoes-s-a-2/

The logo for 'Empresas & Negócios' features the word 'Empresas' in a dark red serif font, '&' in a smaller grey font, and 'Negócios' in a blue serif font. A blue triangle points down to the left of the ampersand, and a blue triangle points right to the right of the ampersand.

Empresas
& Negócios