

Reduzir custos e trabalho híbrido é alternativa na hora de economizar

O estudo realizado com 250 CFOs indica o gasto com facilities como um dos principais alvos para as empresas, com dois terços (65%) dos executivos financeiros visando uma redução de mais de 10% ao ano

Uma nova pesquisa encomendada pelo IWG - líder global e nacional em espaços de trabalho flexíveis e escritórios -, constatou que 91% dos diretores financeiros acreditam que, de acordo com o cenário econômico, é iminente uma recessão. Segundo 36% dos participantes, essa desaceleração ocorrerá ainda em 2022. Como resultado, quase todos os executivos (97%) começaram a readequar os custos, buscando reduzir as despesas.

O estudo realizado com 250 CFOs indica o gasto com facilities como um dos principais alvos para as empresas, com dois terços (65%) dos executivos financeiros visando uma redução de mais de 10% ao ano. Metade das empresas pesquisadas disseram que já optaram por contratos de curto prazo ou espaços de trabalho compartilhados para restringir, ainda mais, os custos. O trabalho híbrido é visto por 82% desses diretores como um modelo de negócios mais barato.

Entre os CEOs da Fortune 500, 74% disseram que planejam diminuir o espaço no escritório. Nos Estados Unidos, um levantamento recente feito pela Robin, provedora de software, indicou que 83% dos executivos esperam que o trabalho flexível seja um meio de re-



O trabalho híbrido ajuda as empresas a se manterem competitivas e resilientes.

duzir custos, enquanto 60% disseram que planejam diminuir o espaço do escritório pela metade ou até mesmo mais da metade. Dados mais recentes divulgados pelo IWG mostram que a adesão sob demanda de espaços de trabalho compartilhados cresceu 97% entre janeiro e março de 2022 em relação ao ano anterior.

“O registro indica um crescimento acima da média mundial, de 93%. Esse aumento evidencia que os líderes empresariais estão cientes das vantagens do trabalho híbrido. Sendo assim, permitem que as companhias atraiam e retenham os melhores talentos, fomentando a competitividade no mercado, e consequentemente reduzindo seus gastos”, destaca Tiago Alves, CEO do IWG no Brasil. Segundo levantamento

Global Workplace Analytics, a economia gerada pelo modelo híbrido chega a ser, em média, de US\$ 11 mil por funcionário por ano. Isso cria uma economia substancial, independente do tamanho da companhia. A empresa de tecnologia empresarial Global, Cisco, tornou-se híbrida há cinco anos, cortando 50% de suas despesas imobiliárias, economizando cerca de US\$ 500 milhões.

Mas não são só as economias financeiras que impulsionam as mudanças. Mais da metade (53%) dos entrevistados diz acreditar que seus funcionários preferem um modelo de trabalho híbrido, e 87% concordam que é mais acessível em um momento em que o custo de vida está aumentando.

Outra pesquisa realizada pelo IWG mostra que 77%

dos funcionários dizem que o escritório perto de casa é indispensável para o próximo emprego, reduzindo, além dos custos, o tempo de deslocamento. Visando as mudanças apresentadas nesse cenário, o IWG comprometeu-se a inaugurar 1.000 novos espaços no próximo ano para atender à crescente demanda por trabalho híbrido.

Com a busca por espaços fora dos grandes centros comerciais aumentando 36% desde janeiro deste ano, a maioria dessas inaugurações deverão ser realizadas nesses locais.

De acordo com Mark Dixon, CEO do IWG, as empresas podem reduzir por volta de 50% de seus custos imobiliários se tornando híbridas.

“O trabalho híbrido ajuda as empresas a se manterem competitivas e resilientes, especialmente em tempos de incerteza econômica. Pesquisas mostram que CFOs e líderes empresariais estão adotando o trabalho híbrido por muitas razões. Esse modelo não apenas proporciona o equilíbrio entre vida profissional e bem-estar de suas equipes, mas fornece um impulso significativo para o resultado de uma empresa”, comenta o fundador e CEO do IWG, Mark Dixon. - Fonte e outras informações: (<https://www.iwgplc.com/en-gb>).

ESG é prioridade para agências de publicidade no Brasil, diz KPMG

Promover a igualdade salarial, sanar desigualdades de gênero e diversidade nos cargos de liderança, são as prioridades em ESG para a maioria (70%) das agências de publicidade

Em segundo lugar (30%), está a governança, o que é compreensível considerando que muitas agências participam de licitações e concorrências em que a garantia de boas práticas é de extrema relevância. Nas agências com faturamento superior a R\$ 100 milhões, a preocupação com aspectos sociais do negócio atinge 80%.

Entre os clientes dessas agências, a preocupação com os aspectos ESG tem a seguinte distribuição: meio ambiente (20%), governança (20%) e social (60%).

Essas são algumas das conclusões do estudo “O futuro das agências: ESG, aquisições, crescimento e concorrência”, conduzida pela KPMG em conjunto com o Meio & Mensagem com 50 líderes de agências de publicidade no Brasil.

“De modo geral, os CEOs das agências de publicidade percebem a estratégia ESG como uma oportunidade de diálogo com o consumidor e a geração de valor para a empresa. Este trabalho é essencial para o posicionamento institucional e as agências estão cientes de que, por trabalharem com criatividade, comunicação e visão holística para construir e desenvolver marcas, elas exercem um papel social relevante de amplo alcance.

Mais do que ofertar produtos e serviços, as agências propõem novas leituras de mundo, costumes e comportamentos para a sociedade”, afirma Francisco Clemente, sócio-líder do segmento de Mídia e Esportes da KPMG no Brasil.

O conteúdo destacou ainda que a principal estratégia das agências de publicidade para ampliar o portfólio de serviços oferecidos aos clientes tem sido a criação ou a compra de novos negócios, prática executada por 74% dessas empresas no último ano no Brasil. Além disso, 72% delas planejam criar ou comprar novos negócios no próximo ano para atingir esse objetivo.

Sobre estratégias para o futuro, empatam em primeiro lugar (37% cada) produção de conteúdo, implantação de business intelligence e oferta de outros serviços, como consultoria de tecnologia, plataformas

de marketing digital para pequenos empreendedores e a área de growth. A estratégia de uso de influencers está nos planos de um terço (29%) dessas empresas e a medição de campanhas e performance foi citada por 24%.

Em relação à inclusão de serviços ou soluções no portfólio, 59% das agências passaram a oferecer a medição de campanhas e performance, 56% começaram a ofertar business intelligence, 46% tornaram-se produtoras de conteúdo e 33% implementaram a estratégia de comunicação com influencers. Quando questionados sobre as principais iniciativas em inovação, os respondentes apontaram ampliação de escopo (49%) e transformação digital (27%).

Sobre estratégias de prospecção a maioria (64%) dos respondentes cultivam uma reputação criativa com investimentos em capital humano e prêmios. Para um terço (36%) deles a estratégia atual é a aquisição de novos talentos e novas capacidades e 30% confiam no caminho tecnológico, priorizando a análise de dados (data analytics).

Sobre o perfil de clientes que deverá mais impactar o crescimento da agência nos próximos anos, há um leve otimismo relacionado às startups, citadas por 26% dos respondentes. Entre elas, quando perguntados quais devem iniciar investimentos de forma relevante em publicidade, foram indicadas fintechs (85%) e healthtechs (77%).

“Com esta pesquisa chegamos a um material inédito sobre o momento atual dessas empresas com projeções futuras que fornecem ao mercado informações relevantes para os negócios. Entre os assuntos que estão na pauta dos líderes do setor estão desafios financeiros de crescimento, renovação do modelo de negócio e ESG”, complementa Francisco Clemente.

Estabelecer um fee mensal pela prestação de serviços é o caminho indicado como mais usual pelas agências, com a ampla maioria (86%) citando essa forma de remuneração. Já o desconto padrão foi mencionado por 44% dos participantes, e a hora-profissional por 30%. Sobre tendências para os próximos anos, o success fee deve se tornar predominante (60%), seguido por fee mensal (48%) e remuneração fechada por projeto (44%).

O conteúdo está disponível na íntegra no link (<https://home.kpmg.br/pt/home/insights/2022/06/agencias-publicidade-investem-inovacao-futuro.html>).

Metaverso é tendência em treinamentos corporativos?

Pollyana Guimarães (*)

Quantas vezes você já ouviu falar sobre o metaverso?

O tema vem ganhando cada vez mais protagonismo e é considerado uma forte tendência tecnológica para o futuro – mesmo não sendo uma tecnologia totalmente nova. E, justamente, por ser algo que está fortemente relacionado a mudanças no cotidiano das pessoas, é fundamental entender os seus impactos, principalmente no meio corporativo, o qual precisa se adaptar mediante as transformações que surgem.

O conceito do metaverso parte da ideia de utilizar a tecnologia para promover um maior nível de interação e imersão, possibilitado através de mecanismos de realidade aumentada e virtual, através da internet.

Tais aspectos são considerados alternativas viáveis para as corporações – principalmente as que possuem diversas unidades espalhadas e podem utilizar estes recursos para um amplo desenvolvimento do time, através de treinamentos e atividades com uma maior interatividade, deixando de lado o excesso de formalidade para um maior engajamento.

Contudo, as empresas devem se atentar a essa tendência, considerando a utilização do ambiente virtual como uma realidade. Como

um exemplo claro, temos a pesquisa realizada esse ano pela Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD), em parceria com a Integração Escola de Negócios, onde foi constatado que 69% dos treinamentos no país são realizados de forma online.

Além disso, esse apontamento também leva em conta o novo perfil comportamental das novas gerações, principalmente Y e Z. Isso porque o uso desse recurso passa a ser mais efetivo para esse público, que dá preferência a treinamentos curtos. Para os gestores, isso viabiliza imensamente a identificação de quais são as habilidades e competências dessas gerações, que tem como características serem mais ativos e menos pacientes.

Certamente, toda a ideia envolvida no conceito do metaverso brilha os olhos. Até grandes referências no meio corporativo, como Bill Gates, acreditam que, em poucos anos, os processos de capacitação profissional serão realizados de forma virtual. Mas, não podemos deixar de lado os desafios que ainda impedem que essa seja uma realidade para todos.

Diversos fatores impedem que o metaverso tenha uma expansão gradual, que vão desde o custo até à dificuldade na acessibilidade. Tendo em vista o desenvolvimento das ge-

rações anteriores, adotar a prática de treinamentos virtuais não é considerado algo benéfico para aqueles que ainda necessitam do contato físico e dependem do formato em sala de aula para absorverem conteúdos de forma integral, devido a problemas de concentração.

Esse ponto chama atenção para a necessidade das organizações ao adotarem novos conceitos tecnológicos nas atividades de treinamento e desenvolvimento nas empresas, considerando esse público como parte do processo e que precisará ser inserido na aplicação desses treinamentos.

O metaverso se configura como uma excelente alternativa para as organizações construir ambientes favoráveis de treinamentos e aprimoramento das interações sociais. Contudo, da mesma forma que esse recurso abre novas possibilidades, não podemos descartar que o seu processo ainda poderá levar um longo período para que atinja todos de forma ampla.

Deste modo, cabe às empresas se antecipar na aplicação de treinamentos para capacitar a equipe fazendo uso dessas tecnologias e, assim, poderem utilizar tais ferramentas e recursos em favor do desenvolvimento contínuo como um todo.

(*) - É idealizadora da Evoluzi, empresa de curadoria de treinamentos corporativos (<https://evoluzi.com.br/>).

Ágil Promotora de Vendas S.A.

CNPJ/MF nº 09.657.013/0001-02 - NIRE: 35.300.565.843

Ata de Assembleia Geral Extraordinária

Data, Hora e Local: Em 21 de setembro de 2022, às 08:00 horas, na sede social da Ágil Promotora de Vendas S.A., inscrita no CNPJ/MF sob o nº 09.657.013/0001-02, localizada na Alameda Araçuaia, nº 2.044, Salas 1406 / 1407 / 1408, Torre II, Alphaville, CEP 06.455-000, Município de Barueri, Estado de São Paulo (“Companhia”), reuniram-se os acionistas com o fim de se fazer representar na Assembleia Geral Extraordinária (“Assembleia Geral”), **Convocação e Presença:** Dispensada as formalidades dispostas no artigo 124 da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, (“Lei da S.A.”), tendo em vista a presença do acionista representando a totalidade do Capital Social da Companhia, **ACS Participações Ltda.**, com sede no Município e Estado de São Paulo, na Rua Quitanduba, nº 380, Sala 2, Caxingui, CEP 05.516-030, inscrita no CNPJ sob o nº 40.284.466/0001-80, com Contrato Social arquivado na Junta Comercial do Estado de São Paulo sob o nº 35.236.717.986, em sessão de 06 de janeiro de 2.021, representada por seu administrador **Nessim Cesar Azar**, brasileiro, casado com regime de separação de bens, empresário, portador da cédula de identidade nº. 8.956.435-2 SSP/SP e inscrito no CPF/MF sob o nº 113.868.898-30, residente e domiciliado no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, com escritório na Rua Quitanduba, nº 380, Caxingui, CEP 05.516-030, conforme assinaturas constantes do Livro de Presença da Companhia. **Mesa:** Nessim Cesar Azar, já qualificado, Presidente da Mesa e **Aviva Azar**, brasileira, divorciada, empresária, portadora da cédula de identidade RG nº 8.956.432-7 SSP-SP e do CPF/MF sob o nº 156.962.598-04, residente e domiciliada no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, com escritório nesta Capital, no Estado de São Paulo na Rua Henri Bouchard, nº 77, Bairro Vila Leopoldina, CEP 05.319-070, designada Secretária da Mesa. **Ordem do dia:** Análise da proposta de abertura de filial pela Companhia, visando ao estrito cumprimento do seu objeto social, conforme item 1.3 do Estatuto Social. **Deliberações:** O acionista, titular da totalidade do Capital Social da Companhia, decide, sem quaisquer restrições, aprovar a seguinte deliberação: “Abertura de filial pela Companhia, visando o estrito cumprimento do seu objeto social, conforme item 1.3 do Estatuto Social, em Santos - SP, na Avenida Senador Feijó, 686, conjunto 901, sala 10, Bairro Vila Mathias, CEP 11.015-504. **Encerramento:** Na presente data terminados os trabalhos, inexistindo qualquer outra manifestação, lavrou-se a presente ata que, lida, foi aprovada e assinada por todos os participantes da reunião. Barueri/SP, 21 de setembro de 2.022. **Acionistas:** ACS Participações Ltda. **Nessim Cesar Azar, Mesa:** Nessim Cesar Azar - Presidente da mesa, **Aviva Azar** - Secretária de mesa. **Testemunhas:** 1. Nome: Ângela A. Muniz Aguiar Justiniano, RG: 25.562.905-9 (SSP/SP), CPF: 253.397.368-81, 2. Nome: Yasmin Maia Ely, RG: 34.807.834-1 (SSP/SP), CPF: 383.751.808-66. **JUCESP/NIRE/FILIAL SANTOS:** nº 3590646194-3 e sob nº 621.374/22-2 em 19/10/2022. Gisela Simiema Ceschin - Secretária Geral.

Máquinas e Ferrovias São Paulo S/A

CNPJ 61.489.027/0001-84 - NIRE 35300038801

Edital de Convocação de Assembleia Geral Ordinária

Ficam os Srs. acionistas da Máquinas e Ferrovias São Paulo S/A, convocados para a AGO a ser realizada em 29/10/2022 às 10 hs., na sede da Companhia, localizada em São Paulo/SP na Avenida Cardeal Sarlatigo Luiz Copello, 123, Vila Fibreiro de Barros, CEP 05308-000, para deliberar sobre a seguinte ordem do dia: (a) ratificar a retificação número total de ações ordinárias, nominativas ou ao portador, da Companhia e o seu capital social, aprovado na AGE realizada no dia 18/10/2019; (b) eleição da Diretoria da Sociedade. Documentos a disposição dos Acionistas: Permanecem a disposição dos acionistas, na sede da Companhia, a documentação pertinente às matérias que serão deliberadas na AGE. (26, 27 e 28)

EDITAL DE CITAÇÃO expedido nos autos da Ação de Usucapião, PROCESSO Nº 1015699-44.2019.8.26.0100 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 2ª Vara de Registros Públicos, do Foro Central Cível, Estado de São Paulo, Dr(a). Carolina Pereira de Castro, na forma da Lei, etc. FAZ SABER a(o) - Sociedade Popular Limitada ou Pinto da Fonseca & Companhia Limitada, Maurílio Fabricio Duarte, Alonzo Celestino Cavalcante, Anselmo Francisco Gagliardi, José Paschoal Lourenço, José Clóves Dos Santos Aragão, Alonzo Celestino Cavalcante, Marcelo Rodrigues da Silva e Tadeu Rodrigues da Silva, réus ausentes, incertos, desconhecidos, eventuais interessados, bem como seus cônjuges e/ou sucessores, que Washington Luiz de Camargo, Davi Antunes dos Santos, Valquíria de Camargo Antunes dos Santos, Valéria de Camargo, Sandra de Camargo Nataro, Renato de Camargo, Cezar de Camargo, Sérgio de Camargo, Anderson Nataro dos Santos e Vagner de Camargo ajuizou(ram) ação de USUCAPIÃO, visando declaração de domínio sobre imóvel situado na Rua Entre Rios, 502, Vila Buenos Aires, São Paulo - SP, CEP 03736-000, alegando posse mansa e pacífica no prazo legal. Estando em termos, expede-se o presente edital para citação dos supramencionados para contestarem no prazo de 15 (quinze) dias úteis, a fluir após o prazo de 20 (vinte) dias da publicação deste edital. Não sendo contestada a ação, o réu 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 16 de maio de 2022.

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma IziSign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/369E-7F16-BA08-C2E1> 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: 369E-7F16-BA08-C2E1



Hash do Documento

C03A0D9B50586D26316528152727252C7E4567DDAA56AFBA1B7989103C479319

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 25/10/2022 é(são) :

Jornal Empresas & Negócios Ltda - 008.007.358-11 em 25/10/2022 20:47 UTC-03:00

Tipo: Assinatura Eletrônica

Identificação: Autenticação de conta

Evidências

Client Timestamp Tue Oct 25 2022 20:47:55 GMT-0300 (Horário Padrão de Brasília)

Geolocation Latitude: -23.4898076 Longitude: -46.6892938 Accuracy: 20.737

IP 179.113.59.154

Hash Evidências:

63667FFD6BB36955C0086A7E0F6D82B591C9C8EFA46447290714A901895BCDD7



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



https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade_legal/agil-promotora-de-vendas-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