



Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



Alegria para ensinar e transformar vidas: Como criar aulas interessantes, interativas e inesquecíveis para engajar seus alunos e potencializar o processo ensino-aprendizagem

Erik Penna – Gente – O Erik é um autor renomado nacional e internacionalmente. Suas obras são sempre cunhadas com essencial ênfase para área motivacional, na maioria das vezes lastreadas para vendas. Um dos mais vibrantes palestrantes, com milhares de seres motivados em sua bagagem. Seus leitores sentem um verdadeiro tsunami energético. Desta feita, superou-se! Criou uma sistemática para auxiliar professores, mesmo os mais tarimbados, a driblar a monotonia e emplacar o gol da aula marcante, inesquecível. Afinal, com tantas ferramentas midiáticas à disposição dos alunos, os mestres deverão reinventar-se para ministrar seus conhecimentos. O título da obra dá o tom do seu conteúdo, contudo, há que ressaltar-se a impagável, justa e belíssima homenagem à carreira magisterial, pois são seres despojados, valorosos e preponderantes em nossas vidas. Será um merecido best-seller.



O Trabalho da Mamãe – Querubina Aurélio Bezerra

Oscar Reisntein (Ilustr) – Arterinha – Mestre em assuntos educacionais, Querubina, mamãe recente, criou uma estória do dia a dia de uma mãe com diversos afazeres, além de cuidar da pequerrucha. Muito bem ilustrada, a obra com bastante empatia e simplicidade, leva o leitor, ao aprendizado muito importante da observação, além é claro, de compreender e respeitar os gestos e atitudes maternais, nem sempre devidamente enaltecidos. Uma bela lição, numa bem bolada “real” ficção!

www.bcctelevision.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.



Como os pagamentos B2B podem ser menos complexos

Os pagamentos entre empresas, ou business-to-business (B2B) desempenham um papel crucial na economia global

Fernando Nunes (*)

No entanto, apresentam complexidades únicas que os diferenciam dos pagamentos entre pessoas ou entre pessoas e negócios. Embora desejemos que os pagamentos B2B sejam tão simples quanto fazer um Pix, ainda há um caminho a percorrer para atender às expectativas dos clientes nessas transações.

Um estudo da Juniper Research mostrou que as transações de pagamento entre empresas devem sair US\$ 88 trilhões, em 2022, para US\$ 111 trilhões até 2027 — evidenciando o crescimento desse mercado.

Um dos maiores desafios enfrentados pelos pagamentos entre empresas é a falta de soluções preparadas para percorrer toda a jornada de um pagamento dentro do ambiente financeiro de uma empresa. Os meios de pagamento são concebidos principalmente para transações entre pessoas. Dado que processar pagamentos para B2B é mais complexo, é crucial que a jornada do consumidor pessoa jurídica seja considerada desde o início e forneça simplificação de processos e segurança.



ERP pode exigir recursos significativos. Por último, as transações B2B estão sujeitas a regulamentações rigorosas, exigindo investimentos em compliance, prevenção à fraude e segurança das informações.

Para enfrentar esses desafios, não há uma fórmula mágica, mas a inovação focada em B2B pode ser a chave. Padronizar e investir em plataformas de automação de pagamento pode reduzir erros e aumentar a eficiência da operação, além de auxiliar na conciliação e gestão dos pagamentos como um todo, evitando retrabalhos.

Adotar uma visão positiva da tecnologia fomenta a inovação, e incorporá-la ao dia a dia pode ser a solução para a complexidade dos pagamentos entre empresas. Por que os pagamentos entre empresas não podem ser tão simples quanto fazer um Pix? A resposta para essa pergunta está em entender as necessidades das empresas e trabalhar em conjunto com as novas tecnologias para fornecer uma solução eficaz.

(*) - **Ecôfundador e CEO da Transfeera** (https://transfeera.com/).

A complexidade dos pagamentos B2B é motivada por diversos fatores, dos mais simples como os altos valores das transações, aos mais complexos como processo de autenticação, assinatura, registro e emissão de documentos fiscais. A conciliação é um dos processos mais delicados no pagamento entre empresas.

Na prática, envolve comparar as transações registradas (pagamentos, recebimentos, transferências) com informações de extratos bancários, faturas de cartão de crédito e outros documentos financeiros, e procura identificar e corrigir possíveis discrepâncias como erros de lançamento, transações não autorizadas ou duplicidades.

A conciliação é desafiadora justamente porque as empresas possuem um alto volume de transações (pagamento de softwares, funcionários, fornecedores, etc), recebem e fazem pagamentos por vários meios (boleto, cartão, etc), as discrepâncias podem ser sutis e difíceis de identificar e resolver, além disso, se a conciliação for manual, ela está sujeita a lançamentos incorretos e erros humanos.

Os termos de pagamento em transações B2B são frequentemente mais complexos, com prazos de pagamento estendidos e descontos por pagamento antecipado, por exemplo. Além disso, a integração de sistemas de pagamento com

Boticário, Bubbalo, Herbíssimo e Mentos. O que essas marcas têm em comum?

Boticário e Bubbalo. Herbíssimo e Mentos. Approve e Heinz. O que essas empresas têm em comum? Além do sucesso, a parceria. Essas empresas – e muitas outras ao redor do mundo – apostam nas collabs como tendência de marketing.

Assim, unem seus propósitos na criação de novos produtos, atraindo a atenção de diferentes universos e dando maior visibilidade aos seus lançamentos. Trata-se do bom e velho ‘ganha-ganha’, que pode ser aplicado aos mais diversos segmentos da indústria, da moda e da gastronomia.

É isso vale para qualquer tamanho de empreendimento, salientam os especialistas Miriã Plens, CMO do Grupo IRRAH, e João Ricardo, CEO da All Hands Educação, empresa parceira da IRRAH. Com expertise no segmento de moda e varejo, associando a ambos tecnologia para impulsionar pequenos e médios negócios, eles destacam que collabs podem ser feitas também agregando empresas ou nomes reconhecidos da cidade ou região onde o negócio está localizado.

O importante, reforçam, é que exista um conector entre marcas, propósitos e consumidores. “O produto passa a ser apenas quase um detalhe entre nossas vontades,

mas, apesar do produto ser bonito e interessante, se não tiver essência, não agrega”, comenta Miriã. A harmonia é um ingrediente essencial para uma colaboração forte.

A autenticidade que adiciona valor tanto para os clientes quanto para a história das marcas envolvidas também faz toda a diferença. “Trabalhar de forma colaborativa permite ampliar os campos de atuação da empresa, criando novas narrativas”, acrescenta João. “Queremos alcançar um alto desempenho, com marcas tão excelentes e casos de sucesso”, complementa.

As collabs, termo em inglês para definir parcerias entre marcas, são, de fato, grandes aliadas. As colaborações podem fortalecer a credibilidade e a autoridade das marcas envolvidas, proporcionando uma vantagem bem interessante no mercado. “A ferramenta é muito versátil, criando o desejo de compra no consumidor e permitindo uma novíssima experiência de consumo, algo que este público vem buscando”, comenta Miriã.

Em alguns casos, os produtos que são frutos de uma collab são vendidos por valores maiores e se tornam até mesmo objeto de desejo dos colecionadores. Um caso recente de sucesso de colaboração

foi a parceria entre a farmacêutica Cimed e a fabricante de doces Fini. O charmoso hidratante labial Carmed Fini, com fragrâncias das balas da marca, alcançou sua expectativa de vendas traçada para um ano em apenas 20 dias.

Outro campo muito explorado com colaboração é o mundo da moda, onde as collabs apostam em influencers e celebridades para alcançar resultados, também na união com parceiros de alta performance. Entre os cases estão, por exemplo, a colaboração entre Melissa e Vivienne Westwood, ainda em 2018; também da Adidas e M&M’s; Hering e NV; além do desfile da Louis Vuitton na Semana de Moda de Paris do ano passado, cuja coleção esteve sob a batuta do rapper Pharrell Williams.

As parcerias seguem em alta. Uma pesquisa que ouviu, em 2021, alguns executivos do mundo da moda e beleza, por exemplo, apontou que 38% deles pretendiam realizar parcerias naquele ano. O motivo? “Atingir novos públicos, ampliar o engajamento e causar o chamado buzz, burburinho, comentários, ou seja, estar na boca do povo. “Final, juntos somos mais fortes”, ressalta João - Fonte e outras informações: (https://www.grupoirrah.com.br/).

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS

15º Subdistrito - Bom Retiro

Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **DOUGLAS DOMICIANO LEITE**, nascido em Jundiá, SP, no dia (31/05/1983), profissão conferente, estado civil divorciado, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Claudio Luciano da Cruz Leite e de Rita Helena Domiciano Leite. A pretendente: **DENISE GONÇALVES FERREIRA**, nascida em Mairiporã, SP (registrada em Ribeirão Pires, SP), no dia (16/05/1988), profissão faxineira, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Dirce Gonçalves Ferreira.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL Distrito de Jardim São Luís

Drª. Evanice Callado Rodrigues dos Santos - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **FRANCISCO JAILSON SOARES MEDEIROS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 15/12/1997, garçom, natural de Piripiri - PI, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Raimundo Antônio da Costa Medeiros e de Nilza Maria Duarte Soares; A pretendente: **ANA PAULA DA CONCEIÇÃO**, brasileira, solteira, nascida aos 01/01/1987, auxiliar de limpeza, natural de Barras - PI, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Maria de Lourdes da Conceição.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

Quatro tendências para o mercado de recebíveis

Realizado em Brasília, o XV Congresso Brasileiro da ANFAC (Associação Nacional do Fomento Comercial) reuniu mais de 400 empresários na capital federal para debater o mercado de recebíveis. O evento promoveu um amplo espaço de reflexão e análise sobre os rumos do setor e possibilitou a discussão sobre as principais tendências e inovações no mercado de antecipação de recebíveis.

Rodrigo Eddine, Co-CEO da Quick Soft, participou do congresso e destacou algumas das tendências mais importantes que foram debatidas no evento e que devem direcionar a evolução do setor. “Foi um evento importante, que reuniu especialistas e profissionais do mercado de recebíveis para analisar essas transformações que estão moldando o futuro do fomento comercial, e essas tendências são

coisas que veremos acontecendo no mercado em breve”, afirma.

Confira as principais tendências para o mercado de antecipação de recebíveis debatidas no XV Congresso da ANFAC:

1) Inteligência Artificial e Machine Learning - Um dos principais temas discutidos foi a aplicação de Inteligência Artificial (IA) e Machine Learning (ML) na antecipação de recebíveis. Essas tecnologias podem transformar a análise de risco e a eficiência operacional – o grande desafio segue sendo a identificação e aplicação das tecnologias em casos de uso com retorno de investimento claro. Para aqueles que conseguem utilizá-la plenamente, a IA permite automatizar processos, realizar análises preditivas e detectar fraudes em tempo real, resultando em decisões mais

rápidas e precisas na concessão de crédito.

2) Tokenização de Ativos - A tokenização de ativos outro importante tema abordado: essa tecnologia, que converte ativos físicos ou financeiros em tokens digitais, tem potencial para desenvolver ainda mais o mercado, ao proporcionar mais transparência e rastreabilidade nas transações. A regulamentação pelo Banco Central e pela CVM (Comissão de Valores Mobiliários) foi destacada como essencial para democratizar o acesso ao mercado e reduzir intermediários.

3) Políticas ESG e Capitalismo Consciente - As práticas ESG ganharam destaque no congresso, refletindo a crescente importância desses critérios no mercado financeiro. Empresas que adotam práticas sustentáveis

estão atraindo mais investidores e clientes. O conceito de Capitalismo Consciente também esteve no centro das discussões, demonstrando novos olhares para aplicação em negócios sociais que possam conciliar retorno financeiro e impacto para a sociedade.

4) Recuperação Judicial - Finalmente, foi discutida a Recuperação Judicial na visão de seus diferentes stakeholders. Este é um dos temas com maior impacto sobre as atividades das empresas que operam com antecipação de recebíveis nos últimos anos, e não há expectativa de redução das RJs no curto prazo – de suma importância, portanto, e a discussão trouxe valiosos insights às financeiras de como se preparar e atuar quando um de seus clientes entra nesta situação. - Fonte: (www.quicksoft.com.br).

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma IziSign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://izisign.com.br/Verificar/CD41-815D-4EE5-7C43> ou vá até o site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: CD41-815D-4EE5-7C43



Hash do Documento

C058C57DEC649803B06216A1E4D740AE92BB02D1EC9B143C1791F3807C687360

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 12/07/2024 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 12/07/2024
19:40 UTC-03:00
Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS
LTDA - 05.687.343/0001-90

