

## Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



## A Casa do Penhasco

**Daniel Carajescov** – RG – O doutor Daniel sempre bem surpreende a cada nova edição livreira. Desta feita, urdiu e muito bem engendrada, uma estória fincada num interessante tripé. Três rapazes com opostas personalidades e anseios, tinham em comum uma forte e sólida amizade. Resolveram empreender na área jornalística. Aproveitando-se da expertise de um deles, abriram numa cidade interiorana, um jornal para disseminar suas ideias e ideais. Uma “tresloucada” aventura, de vez que não dispunham de recursos financeiros. O enredo possui ingredientes vários: amor, paixão, assassinatos, todavia, para este simples escriba, o que mais se destaca é a ética, honradez, extrema e imorredoura solidariedade. Como de hábito, os finais das obras do Daniel, são estonteantes, absolutamente inesperados. Suas 270 páginas são sorvidas com deliciosa rapidez. Sabe aquele livro que a mãe, ou alguém chama e respondemos: “Já vôô!!!” e vamos muito tempo depois, amanhã é a imersão? Pois é, este é o caso. Simplesmente prazeroso!!



## Eu Odeio Funcionário! A respeito do respeito na gestão de pessoas e nos processos de RH

**Armando Bordallo** – Literare – O título irreverente evidencia o bom humor do autor, sem perder respeito ao leitor. Suas atitudes revelam um profissional, além de larga competência para lidar com seres humanos que é também um excelente gestor, numa área bastante complicada, nem sempre tratada com a devida reverência e importância. Bordallo, prestou serviços em grandes companhias o que lhe confere um cabedal importante o que gera credibilidade à obra. Casos de sucessos e leves escorregões, desfilam em suas páginas, com boas lições a serem seguidas, ou não. Bordallo tem o honesto intuito de resgatar a boa cumplicidade do RH no futuro das empresas, sempre tendo à frente a bandeira do tributo e alta consideração aos seus colaboradores. Isso fica bem patente nessa icônica obra, um verdadeiro manual de boas práticas. Oportuno!



## A Trilogia da Frequência da Gratidão: Segunda Jornada: Aprofundando a comunicação interna

**Claudia Cardillo** – No longo trajeto da noite dos tempos a gratidão sempre esteve, e está presente, nas boas práticas pessoais, sociais, familiares, espirituais e religiosas. Não há como negar. Esse é o mote dessa segunda etapa da trilogia formulada pela digníssima autora. Num conteúdo forte, muito bem explanado, com instruções, comentários e exercícios, o leitor irá, em cada tema, enfronhando-se num sistema que o levará ao tão sonhado bem estar, equilíbrio e consequente norte reparador. Factive!

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.



## MultTV lança treinamentos para os ISP's

Totalmente gratuito e exclusivo para clientes, os conteúdos ajudam a formatar negócios de sucesso com orientação aos empresários e funcionários do setor

A MultTV, especialista em compartilhamento de headend e streaming, anunciou o lançamento de uma série de treinamentos exclusivos voltados para provedores de internet (ISPs). A iniciativa visa capacitar empresários e funcionários do setor, ajudando a formatar negócios de sucesso por meio de conteúdos personalizados.

Dados da Association for Talent Development (ATD) destacam a importância de programas de treinamento. Empresas que investem nessas iniciativas podem observar uma melhora de até 218% na produtividade e nos resultados de seus funcionários. A MultTV busca não apenas aprimorar o desempenho de seus clientes, mas também proporcionar uma série de benefícios que podem englobar desde o cres-

cimento de faturamento por meio de ciclos de venda mais curtos até redução de custos de suporte que impactam em mais satisfação dos clientes e fortalecimento da marca.

Os treinamentos são divididos em diversos módulos, incluindo cinco voltados para empresários e outros seis para a área de vendas. Além disso, a MultTV também oferece capacitação para técnicos que cuidam das instalações nas residências e para o setor administrativo focado em agregar valor ao produto oferecido.

Com o intuito de democratizar o acesso à TV para todos os brasileiros, a MultTV reafirma seu compromisso com o sucesso de seus clientes e parceiros por meio dessa nova abordagem de capacitação. Os treinamentos são 100% gratuitos e exclusivos para clientes da empresa, refletindo a missão da empresa de contribuir para o crescimento e a competitividade do setor.

## Consumo de vestuário: as compras de roupas pela internet

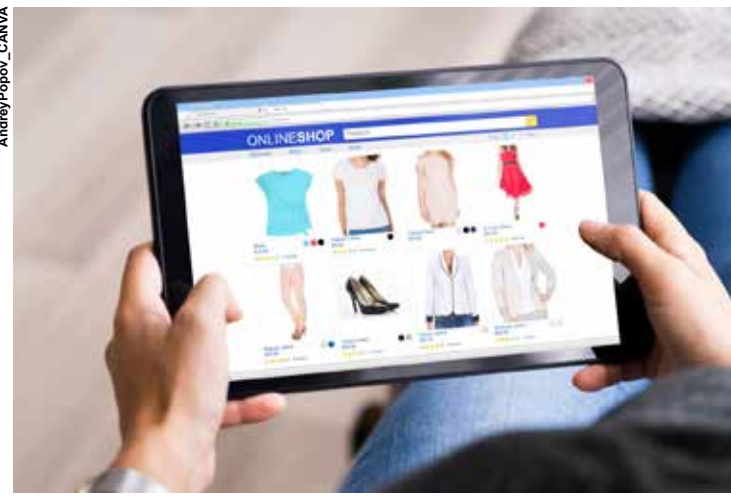
A maioria (57,6%) dos consumidores brasileiros prefere comprar roupas pela internet, do que ir até uma loja física para escolher as peças

O achado faz parte do novo levantamento realizado pela Koin, fintech especializada em "Buy Now, Pay Later" (BNPL), que destaca tendências de consumo dos brasileiros no setor de vestuário.

Em um questionário com respostas múltiplas, as peças em jeans despontaram como as campeãs de preferência dos consumidores, somando (53,8%) das intenções de compra. Já as roupas casuais aparecem com (48,4%), mesmo percentual dos calçados.

Moda praia e pijamas somam, respectivamente, (31,5%), enquanto roupas sociais somam 26,1% da intenção de compra dos brasileiros. Já as roupas importadas foram citadas como as mais compradas por 11,4%. Os números reforçam a mudança no perfil de consumo desde a pandemia. Com a comodidade e a variedade oferecida pelas lojas virtuais, o comércio eletrônico cresce ano a ano, transformando o cenário do varejo de moda.

"A conveniência de adquirir peças com poucos cliques, aliada a opções de



pagamento flexíveis, como o 'pix parcelado', permite que os consumidores invistam em roupas de qualidade, de maneira acessível e sem sair de casa", ressalta Juana Angelin, Chief Operating Officer da Koin. "Esse modelo não apenas facilita o processo de compra, mas também oferece mais liberdade de escolha e planejamento financeiro", completa.

**Consumidor quer desconto** - Quando o assunto é a motivação para a compra, os descontos percentuais são o maior incentivo, com 63% dos participantes sendo atraídos por promoções. Brindes e programas de pontos também são importantes

diferenciais na hora da decisão de compra.

Cerca de (58,7%) dos respondentes disseram que costumam comprar produtos só quando precisam, (35,9%) compram mensalmente e (5,4%) têm o hábito de comprar semanalmente. As faixas de gasto mais comuns são de R\$ 350 a R\$ 500 (25%) e de R\$ 50 a R\$ 150 (23,4%). Apenas uma pequena parcela dos entrevistados (8,2%) afirma gastar mais de R\$ 1.000 mensais em roupas.

**Meios de pagamento mais diversificados** - A pesquisa também revelou dados importantes sobre as formas de pagamento preferidas pelos consumi-

dores, com uma tendência de diversificação. Embora o cartão de crédito lidere (43,5%), o Pix tem se destacado como uma alternativa rápida e segura, sendo a segunda opção mais comum, com (23,9%) de adesão.

Vale ressaltar o crescimento do Pix Parcelado, uma inovação que tem atraído os consumidores, representando (12%) das formas de pagamento nas compras. "A expansão do Pix, especialmente na versão parcelada, aliada ao crescimento das compras online, aponta para um futuro em que a praticidade e a flexibilidade serão os grandes protagonistas", avalia Juana.

**Compras estratégicas** - Com 56% do público composto por mulheres, na faixa de 41 a 55 anos (de 47,3%), a pesquisa mostra que a maioria dos respondentes reside na região Sudeste (38%), seguida pela região Nordeste (20,7%). A pesquisa ouviu 200 pessoas em todo o país, durante o mês de setembro. - Fonte e mais informações: (<https://www.koin.com.br/>).

## O melhor passo para ganhar influência no digital é parecer bom

No mundo digital é preciso estratégia para ganhar visibilidade e melhorar a percepção do negócio, afinal a concorrência nas redes é enorme e o tempo de atenção do potencial consumidor é cada vez mais curto.

Há estudos que indicam que quem deseja influenciar no online tem apenas três segundos para chamar a atenção, e que a taxa média de retenção necessária para aumentar o alcance dos vídeos curtos é de apenas 70%. Ou seja, a capacidade de atenção vem diminuindo e exige mais esforço por parte das empresas que querem se destacar.

Segundo Jhonny Martins, vice-presidente do SERAC, hub de soluções corporativas, sendo referência nas áreas contábil, jurídica, educacional e de tecnologia, o primeiro passo de qualquer empreendedor que deseja ter bons resultados através das redes é parecer bom.

"Antes de qualquer coisa, as pessoas precisam te ver como uma referência,

enxergar valor no que você oferece. Depois, você se torna bom e, com o tempo, se prova bom. Se não parecer bom desde o início, nada adianta, porque a percepção vem antes da realidade", afirma.

Ele alerta, porém, que o produto ou serviço precisa ter de fato qualidade e resolver uma demanda do cliente. "Você precisa parecer bom para ganhar a atenção do consumidor, mas apenas parecer bom sem um produto ou serviço sólido só leva ao fracasso. O segredo, neste caso, é alinhar a comunicação com uma entrega de excelência", orienta.

Jhonny acredita que empreendedores precisam se lembrar que quem não é visto, não é falado; e que a forma como alguém é percebido conta muitos pontos para que o potencial cliente se aproxime ou não. "O mundo digital é uma ferramenta de grande potencial, mas é preciso saber usar", avalia o vice-presidente do SERAC. Confira algumas orientações para se destacar

nas redes sociais e parecer atrativo para seu público-alvo:

- 1) Ofereça conteúdo relevante** - O conteúdo precisa ser visualmente atraente e relevante para o público. Para isso, use imagens de alta qualidade, vídeos curtos e posts bem editados que reflitam os valores da sua marca e chamem a atenção.
- 2) Mantenha a frequência nas postagens** - É preciso postar de forma regular para manter o público engajado, por isso vale estabelecer um calendário de conteúdo que ajude a ganhar disciplina.
- 3) Interaja com o público** - Engaje com os seguidores respondendo a comentários e mensagens privadas. Faça perguntas e chame para a ação.

Seja autêntico: Compartilhe histórias, mostre os bastidores e se mostre como uma referência de sucesso. As pessoas gostam de ter em quem se inspirar - Fonte: Instagram @jhoneymartins.

## Proclamas de Casamentos

## CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

3º Subdistrito - Penha de França  
Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

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

O pretendente: **EVANDRO ALVES DA CRUZ**, profissão: auxiliar administrativo, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 21/09/2000, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Everton Santos da Cruz e de Rosemary Alves da Silva. A pretendente: **MARIANA DIAS SACARDI**, profissão: recepcionista, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 17/05/2000, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Carlos Sérgio Sacardi e de Margaret Dias Sacardi.

O pretendente: **WALLISON DE BRITTO MARTINS**, profissão: designer, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 26/12/1990, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Anderson Martins e de Rita de Cassia de Britto. A pretendente: **MARIA GABRIELA DO AMARAL GOMES ANANIAS**, profissão: gerente comercial, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Belenzinho, SP, data-nascimento: 07/08/1995, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Roque Aparecido Ananias e de Valquíria do Amaral Gomes Ananias.

O pretendente: **DENNY RIBEIRO DOS SANTOS**, profissão: enfermeiro, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Santo Amaro, SP, data-nascimento: 30/07/1984, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Sideni Ribeiro dos Santos e de Sirlândia Elias de Sousa Santos. A pretendente: **LUANA DA SILVA DIAS**, profissão: publicitária, estado civil: solteira, naturalidade: em Santo André, SP, data-nascimento: 04/04/1989, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Eustaquio de Araujo Dias e de Ironildes Lima da Silva Dias.

O pretendente: **LUCAS GOMES SILVA**, profissão: funcionário público municipal, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Vila Mariana, SP, data-nascimento: 10/09/1997, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Valmir Gomes Silva e de Alessandra Mônica Gomes. A pretendente: **BEATRIZ DE OLIVEIRA**, profissão: auxiliar de atendimento, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Itaquera, SP, data-nascimento: 26/08/1999, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Josias Luiz de Oliveira e de Sonia Maria de Oliveira.

O pretendente: **CLAYVES BORGES DE SOUZA**, profissão: autônomo, estado civil: divorciado, naturalidade: nesta Capital, Jabaquara, SP, data-nascimento: 26/12/1977, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Daniel Barbosa de Souza e de Eldia Borges de Souza. A pretendente: **DAMIANA CARLIN**, profissão: bancária, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 13/08/1977, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Hamilton Carlin e de Maria Nazaré Carlin.

O pretendente: **MARCELO PEREIRA LEITE**, profissão: contador, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Vila Matilde, SP, data-nascimento: 26/03/1980, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Jose Maria Leite e de Elizabeth Pereira Leite. A pretendente: **DEBORA DE PAULA CUNHA**, profissão: gerente de RH, estado civil: divorciada, naturalidade: nesta Capital, SP, data-nascimento: 06/09/1984, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de José Geraldo Fontes da Cunha e de Neici Maria de Paula Cunha.

O pretendente: **KELVIN OLIVEIRA DA SILVA**, profissão: programador, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Jabaquara, SP, data-nascimento: 13/02/1997, residente e domiciliado na Vila Matilde, São Paulo, SP, filho de Luiz Carlos da Silva e de Vanessa Oliveira de Souza. A pretendente: **MARIA ELOIZA SANTANA CUENCA ALARCON**, profissão: advogada, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Vila Mariana, SP, data-nascimento: 27/04/1995, residente e domiciliada na Vila Matilde, São Paulo, SP, filha de Diogo Cuenca Alarcon e de Giane Aparecida Ferreira de Santana.

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

## PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/2B92-51C4-D5F9-88DF> ou vá até o site <https://assinaturas.certisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 2B92-51C4-D5F9-88DF



### Hash do Documento

A5D4C06A0701D068CAC545BCF70CF013A167153333DCAC26F2B68DE971607876

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 25/10/2024 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 25/10/2024  
18:48 UTC-03:00  
**Tipo:** Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS  
LTDA - 05.687.343/0001-90

