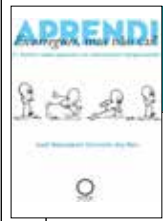


Livros em Revista

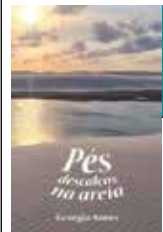


Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



Escorreguei, Mas Não Caí! 31 histórias sobre equívocos na comunicação intergeracional

Sueli Nascimento Gravanic dos Reis – Haikai – Sueli é uma profissional multifacetada, sempre voltada aos problemas e soluções dos seres humanos. Nesta obra tem seus olhos voltados aos de maior idade “pratinados”, pois, uma de suas áreas de atuação é psicogerontologia. Nesta obra elenca trinta e uma histórias, segundo ela, reais, que naturalmente ocorrem no dia a dia, em lares e organizações. Seguramente o leitor, “pratinado” ou não, se encaixará em uma delas. Quem nunca teve um familiar com muita vivência, que destoava de todo o resto, com suas histórias, opiniões e manias? Ao final de cada capítulo/história, uma assertiva reflexão. Enfim, uma obra recheada de emoções que seguramente abalará alguma estrutura. Oportuna!



Pés Descalços na Areia

Georgia Annes – Litteralux – A psicóloga poeta, lança ao mercado e aos corações, mais uma obra de encanto e rebeldia, pois este é o seu terceiro rebento solo. São vinte e dois poemas, verdadeiras odes ao amor. Meu preferido: “Anéis de Saturno”: “Só sei que o amor disciplina a dor” (sic). Merece grandioso sucesso. Um êxtase gracioso!

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.



Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

33º Subdistrito - Alto da Mooca
ILZETE VERDERAMO MARQUES - 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: **RAPHAEL LOPES RODRIGUES**, esta o civil solteiro, filho de Marcelo Lopes Rodrigues e de Cláudia Nadim Lopes Rodrigues, residente e domiciliado na Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **DANIELLE CASSIA FERNANDES DE OLIVEIRA**, estado civil solteira, filha de Marcos Aurelio de Oliveira e de Patricia Fernandes de Oliveira, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Américo Vespucci, nº 497, Vila Prudente, nesta Capital - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Doutor José Higino, nº 471, Alto da Mooca, neste Subdistrito, São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

O pretendente: **ROGERIO SILVA DE ALMEIDA**, estado civil solteiro, filho de José Cicero de Almeida e de Edneia Alves da Silva, residente e domiciliado em Mauá - SP. A pretendente: **CAMILA VITÓRIA TEIXEIRA**, estado civil solteira, filha de Marcos Roberto Teixeira e de Marina Tojar Melo, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Ricardo Mariano dos Santos, nº 13, Mauá - SP e a pretendente é residente à Rua Campo Largo, nº 173, Alto da Mooca, neste Subdistrito, São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

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 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: **ADRIANO RIBEIRO BONIFACIO**, nascido nesta Capital, Belenzinho, SP, no dia 10/07/1986, profissão autônomo, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de José Alcides Dantas Bonifacio e de Adelia Ribeiro da Silva. A pretendente: **DARA EULINA DE OLIVEIRA**, nascida em Francisco Morato, SP, no dia 14/09/1996, profissão vendedora, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Gilcema Purificação de Oliveira.

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



www.netjen.com.br

TEL: 3043-4171

Como humanizar a IA para melhorar a relação com o cliente?

Há alguns anos, quando falávamos sobre a IA, o grande foco era como utilizá-la para robotizar e automatizar muitas tarefas corporativas, como o atendimento ao consumidor

Thiago Gomes (*)

Hoje, o cenário já é outro: não prezar apenas pela incorporação dessa tecnologia, mas trazer junto um lado mais humanizado que melhore a conexão com as pessoas e eleve sua satisfação e retenção à marca. Mas, como gerar um comportamento em uma tecnologia que é apenas pertencente aos seres humanos? Através de muitos pontos de atenção que partam da empatia, sensibilidade e transparência com o cliente.

De acordo com dados divulgados pela HiverHQ, empresas que adotam uma comunicação personalizada orientada por IA podem ter um aumento de 30% nas taxas de retenção de clientes – e não faltam argumentos que justifiquem isso. O consumidor moderno não quer mais interagir com uma tecnologia robotizada, fria e impessoal, porque sabem quanto que esses recursos podem contribuir para um atendimento muito mais personalizado e aderente às suas necessidades.

Sua expectativa, agora, é ter interações mais significativas que promovam uma experiência mais humana, o que pode trazer enormes benefícios para ambos os lados. Sua satisfação com a marca, certamente, será melhorada, se sentindo mais compreendidos e valorizados, com chances ainda maiores de se fidelizarem ao negócio pela conexão emocional bem mais positiva. Para as empresas, além de terem essa maior retenção de clientes, que serão menos propensos a buscar um concorrente, poderão melhorar sua imagem no mercado pela preocupação em atender essa demanda



PhotomaiPhoto_CANVA

e tendência latente dos consumidores.

Internamente, essa estratégia também trará uma maior eficiência operacional e redução de custos, liberando os agentes humanos para resolverem problemas mais complexos; além de permitir a coleta de insights mais valiosos a respeito do comportamento e expectativa de seu público-alvo, para que aprimorem, constantemente suas estratégias a favor de um crescimento contínuo em seu segmento.

Observar esses benefícios brilha os olhos de todo empreendedor, porém, conquistá-los não é tão simples assim. A falta de um planejamento estruturado sobre essa estratégia pode fazer com que a IA vire uma armadilha no atendimento, ao invés de um recurso valioso, não atingindo uma verdadeira humanização que atenda as necessidades dos clientes e compreenda suas emoções. Sem o devido cuidado em levar a identidade e tom da marca a essa tecnologia, sua autenticidade e confiabilidade no mercado podem ser bem abaladas.

Superar as limitações tecnológicas internas também é um desafio comum enfrentado por muitas empresas, uma vez que o sucesso da humanização da IA envolve aspectos como a complexi-

dade da linguagem humana, contexto cultural, algo que, na extensa territorialidade do nosso país, com tantas culturas e sotaques, é ainda mais complexo. Isso, sem falar na segurança e privacidade dos dados, uma vez que a IA processa informações sensíveis que precisam ser resguardadas tecnologicamente.

Os custos que envolvem tudo isso costumam ser elevados, dependendo da complexidade do projeto desenhado. Por isso, para que as empresas consigam humanizar essa tecnologia e obter as vantagens destacadas, é necessário, primeiramente, compreender os níveis de humanização que podem ser incorporados na IA e no seu atendimento, que irão nortear os próximos passos nesse sentido.

Eles passam pela linguagem e tom de voz (do mais sério ao amigável, dependendo do perfil da marca), personalização (adaptando a interação com base no histórico capturado e no aprendizado da IA), inteligência emocional (reconhecendo e respondendo, de forma apropriada, as emoções dos usuários, detectando frustrações, impaciência, irritação ou felicidade, como exemplo), transparência (explicando o porquê de cada resposta fornecida como forma de elevar a

confiança e conexão com o cliente) e prezando por um design centralizado no humano, sendo intuitiva e considerando as necessidades e limitações das pessoas.

Todos os níveis acima devem ser levados em consideração ao seguir essa estratégia, utilizando os dados dos clientes para personalizar a IA sempre prezando pela empatia na leitura das emoções, transparência nas respostas fornecidas, criando fluxos fáceis de serem seguidos e, acima de tudo, monitorando todas as ações constantemente, identificando ajustes que devem ser feitos e melhorias frequentes assegurando o bom desempenho dessa tecnologia.

Não implemente essa humanização de uma vez só em toda a empresa. Identifique as áreas ou atividades em que essa estratégia é mais urgente e que trará um impacto mais significativo, que faça sentido ser adotada primeiramente. Isso será extremamente favorável para escalar essa tecnologia mantendo a qualidade, eficiência operacional e personalização em larga escala.

Estamos diante de uma tendência que veio para tomar cada vez mais conta do mercado, onde a automação robotizada já não faz mais sentido para as necessidades dos consumidores. Suas expectativas quanto à forma como são atendidos serão cada vez maiores e, mais do que nunca, é necessário unir o que há de melhor na IA com nosso lado humano, contando com uma ferramenta que otimizará essa tarefa em uma experiência muito mais personalizada e enriquecida a cada cliente.

(*) Diretor de Customer Success e Produtos na Pontaltech.

O momento atual do SAP e seus impactos para os negócios

Marcio Viana (*)

flexibilidade e escalabilidade, o SAP BTP se torna um elemento central para garantir que as empresas estejam preparadas para o futuro digital.

Um dos principais objetivos dessa plataforma é o conceito de clean core, ou seja, a criação de uma estrutura simplificada e eficiente, que possibilita a manutenção de um sistema mais limpo e flexível, livre de customizações complexas e que possa ser atualizado com mais facilidade. Essa abordagem não apenas melhora a eficiência operacional, mas também garante a consistência e integridade dos dados, aspectos essenciais para conferir qualidade aos projetos de transformação.

Ao lado dessa evolução tecnológica, a SAP iniciou um movimento significativo em direção à utilização de IA em suas plataformas com a introdução da Julie, sua assistente baseada em IA. A Julie está integrada diretamente ao SAP, oferecendo suporte em tempo real, simplificando processos de automação e otimizando a experiência do usuário. A IA, portanto, deixa de ser apenas uma tendência e se torna parte essencial da infraestrutura SAP, permitindo que as empresas tomem decisões mais informadas e eficazes com base em dados.

Para empresas que ainda operam em versões mais antigas, a migração para o SAP S/4HANA deve ser prioridade urgente. O prazo de migração é um dos maiores

desafios enfrentados pelas organizações, pois envolve não apenas a atualização tecnológica, mas uma mudança cultural e operacional. A complexidade do processo de migração exige planejamento cuidadoso e execução eficaz para minimizar os riscos e garantir a continuidade dos negócios. Nesse contexto, a garantia de qualidade se torna um elemento fundamental para o sucesso do projeto. A qualidade deve ser inserida em todas as etapas da migração, desde a definição do escopo até os testes e a validação pós-implementação. Apenas com foco constante na qualidade, as empresas podem garantir que a transição seja bem-sucedida e que os resultados esperados sejam alcançados.

Em resumo, o SAP está se posicionando para ser a base sobre a qual as empresas podem construir suas operações digitais no futuro. Com o SAP BTP, as empresas conseguem integrar seus sistemas de forma mais ágil e eficiente, enquanto a introdução da IA coloca as organizações em uma posição privilegiada para inovar e otimizar processos. Para aqueles que ainda estão em fase de migração para o SAP S/4HANA, a qualidade continua sendo a chave para o sucesso, garantindo que os projetos de transformação digital sejam entregues de maneira eficiente, sem surpresas ou falhas no caminho.

(*) CEO da Prime Control, empresa especializada em eficiência digital, automação de processos e garantia de qualidade. - E-mail: primecontrol@nbpress.com.br



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/2BCB-41EB-A133-A63B> 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: 2BCB-41EB-A133-A63B



Hash do Documento

8F687AAA8683E5D5D53CBC6FFAD9D395BD1903C4A468D167B836E2B175AB9E18

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 30/05/2025 é(ão) :

- ☒ Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 30/05/2025 20:35 UTC-03:00
- Tipo:** Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

