





Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



A Águia Solidária e o Planeta Azul

Cilene Queiroz – Guilherme Rocha (Ilustr) - LC- A autora que é mato grossense, artista plástica, bióloga, filantropa, criou uma estória para alertar sobre os maus tratos que cometemos contra nossas matas, rios e oceanos. Três amigos nada comuns, andam por florestas e sobrevoam por mares, locais onde a poluição é um gravame. Ficaram chocados com o que viram. Entre aventuras e peripécias ensinam qual o caminho para evitar um mal maior, e salvar a tão sofrida natureza. Impresso numa espécie de cartolina, com belíssimas ilustrações, deverá ser lido por crianças e adultos. Tomara seus ensinamentos recebam boa e necessária atenção. Nobre intenção!



Sucesso em Vendas

Brian Tracy – Hábito – Brian é uma referência internacional quando o assunto é sucesso em vendas. Autor de várias obras, nesta ensina o salutar caminho para êxito em vendas nas plataformas virtuais. Elenca cinco principais passos para isso. Mistura, psicologia, filosofia, educação, talento para gerar elemento que dá título à obra. Sua vasta e profunda experiência qualifica-o como ícone no assunto. Afinal, as plataformas virtuais cada vez mais invadem nossos lares e negócios, tornando-se uma via inexorável. Boas vendas!!



Inferno em Alto-Mar: Desventuras do trabalho a bordo de navios de cruzeiro

Igor Sanches – Viseu – Viajar pelo mundo, conhecer e vivenciar sabores, odores, costumes diferentes, é um sonho inato ao ser humano. Fazer isso num cruzeiro marítimo torna o sonho algo a ser perseguido! Trabalhar num desses transatlânticos, maravilhosos é uma realização. Todavia, nem tudo floresce com bom aroma nessas “transnaves”. O bastidor trabalhista desses glamorosos ambientes é relatado sem medos ou pruridos pelo autor. Momentos felizes, outros nem tanto, são desfiados, servindo de alerta aos interessados nessas quase desiludidas aventuras. Boa jornada!



Cartas para Adelaine

Berenice Shakti – Fisioterapeuta pélvica e sempre preocupada com a saúde da mulher, criou, a partir do seu livro “O diário de Adelaine!”, um box com livreto e 25 cards para trazer a público assuntos que deveriam ser abordados no seio das famílias. Desafortunadamente, são pouco mencionados, quando não escondidos. Assuntos tais como: menarca, puberdade, auto cuidados, menstruação, são tratados com muita delicadeza e seriedade, incluindo afetividade, relacionamentos, etc. Em suma a ideia é contextualizar um tema educacional deveras importante, evitando más interpretações e consequentemente problemas advindos da falta da devida comunicação. Deverá ser lido por pais, responsáveis, professores, meninos e meninas. Muito útil!!!

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

3º Subdistrito - Penha de França

Albert Broday Rodrigues - Oficial do Registro Civil

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

O pretendente: **HENRIQUE MARCHETTI OLIVEIRA DA SILVA**, profissão: bancário, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 25/09/2002, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Elinaldo Oliveira da Silva e de Monalisa Fatima Marchetti Oliveira da Silva. A pretendente: **CAMILA LIRA BUENO**, profissão: fisioterapeuta, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 08/03/2002, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Samuel Bueno da Silva e de Maria Claudiene de Lira.

O pretendente: **DANILO FERREIRA DA SILVA**, profissão: supervisor financeiro, estado civil: solteiro, naturalidade: Ilhéus, BA, data-nascimento: 31/01/1980, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Djalma Ferreira da Silva e de Maurisia Ferreira da Silva. A pretendente: **ERIKA FERREIRA ALVES**, profissão: especialista fiscal, estado civil: viúva, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 01/11/1983, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Henrique Ferreira de Jesus e de Irene Souza da Fonseca.

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

Amazonia Bio Group leva a força da floresta amazônica para o mercado global

Além de evitar desmatamento, companhia gera lucro para a bioeconomia local da região; alimentos são comercializados para mais de 30 países

Segundo a Future Market Insights (FMI), o mercado global de açaí movimentou US\$ 1,7 bilhão em 2025 e deve alcançar US\$ 3,6 bilhões até 2035. O Brasil lidera o ranking mundial de exportação da fruta. E é neste mercado que a Amazonia Bio Group se destaca. A companhia, fundada em 2015 é uma plataforma bioindustrial verticalizada, que exporta superfrutos nativos da Amazônia, como açaí, acerola, guaraná, cupuaçu e camu-camu, para mais de 30 países. Com ingredientes funcionais de alta performance, as fábricas próprias realizam o processo de liofilização, ou transformam a fruta em uma espécie de ‘purês’ com alta concentração. Foram 4.605 pedidos ou 11.177 toneladas processadas em mais de 10 anos.

“Grande parte do açaí selvagem simplesmente apodrecia e morria na floresta por falta de compradores e infraestrutura de processamento. Ao mesmo tempo, comunidades locais sofriam pressão e exploração de atravessadores. Nós queremos ajudar a diminuir isso, comprando diretamente das cooperativas regionais, pagando preço justo e dividindo lucros. O grande ‘porquê’ do negócio é provar que a floresta em pé é muito mais rentável do que derrubada, gerando um modelo rastreável de agricultura regenerativa que combate ativamente o desmatamento”, afirma Felipe Franzina, CEO e fundador da Amazonia Bio Group.

Produtos Amazônia Bio Group.

As frutas são colhidas na Floresta Amazônica por pequenos produtores e cooperativas - a companhia mantém parcerias com comunidades no Amapá e Pará. Depois, são enviadas para fábricas próprias, localizadas no Amapá - que tem expectativa de chegar a mais de 9 mil toneladas processadas em 2027. Nelas, é feita a liofilização, em que sofrem desidratação sob pressão controlada e baixas temperaturas (abaixo de 45°C) que retira a água da fruta e a transforma em pó, mantendo 99,9% de suas propriedades nutricionais, sabor e cor naturais.

“Atendemos a indústria global de alimentos, cosméticos e nutracêuticos. Por isso, nosso intuito também era de que esses frutos chegassem com maior valor nutricional e benefícios que comprovadamente possuem. E para preservar os bioativos das frutas, como os antioxidan-

tes antienvelhecimento do açaí, ou a vitamina C da acerola, a liofilização é essencial. Ouseja, o cliente não compra o sabor da banana, mas sim a banana de verdade”, pontua Franzina.

A empresa cresceu 61,8% no último ano e deve dobrar a receita ainda em 2026. Parte da estratégia está na marca Authentic Fruits, uma linha de smoothies voltada para o consumidor, com cinco versões diferentes, cada uma associada a um benefício funcional, como imunidade, digestão ou energia. Os produtos não levam açúcar adicionado e não precisam de refrigeração, com validade de até dois anos graças à tecnologia de processamento e envase.

“Nossa expectativa é trazer o item também para o Brasil. A expansão para o mercado brasileiro está prevista como próxima etapa da estratégia D2C, com ope-

ração com supermercados e fábricas para aumentar a demanda”, afirma o CEO da empresa.

Em impacto ESG, a companhia ajudou a preservar 2,26 milhões de árvores sob gestão sustentável, com impacto de 45.550 vidas, entre agricultores e comunidades envolvidas.

O paulistano e fundador da Amazonia Bio Group, Felipe Franzina construiu carreira no mercado financeiro, no Banco Votorantim, onde ingressou como trainee e passou mais de quatro anos trabalhando com exportadores brasileiros. Depois disso, migrou para um mestrado em economia na renomada universidade de Sorbonne, na França.

“Eu queria fundar um negócio que unisse o que sei fazer de melhor, que é captar dinheiro barato e criar comunidades, tudo isso aplicado a um produto global que tivesse alta demanda. Foi então que conheci mais profundamente o potencial do açaí e dos produtores locais do Norte do Brasil”, conta o empreendedor, que é uma das principais vozes da bioeconomia amazônica, como palestrante na COP30, reconhecido por ministros e pela Princesa Real Astrid, da Bélgica,

Atualmente, a Amazonia Bio Group atua de forma global, com escritórios de gestão logística e comercial no Brasil, em Portugal e na Bélgica.

A confiança virou o principal KPI da era da IA

Rubens Lenzi (*)

Durante muito tempo, a performance das áreas de Customer Experience (CX) foi medida por indicadores clássicos como NPS, CSAT, Tempo Médio de Atendimento (TMA) e Resolução no Primeiro Contato (FCR). Embora essas métricas continuem sendo fundamentais, a rápida incorporação da Inteligência Artificial ao relacionamento com o cliente adicionou uma nova variável - e talvez a mais crítica - à equação: a confiança.

Chatbots avançados, assistentes virtuais, motores de recomendação e agentes autônomos já aceleram interações e reduzem o Custo de Servir. Porém, à medida que a IA assume um papel decisivo na jornada do consumidor, surge a pergunta inevitável: o seu cliente realmente confia nas decisões tomadas pela tecnologia?

O dado que define a nova exigência

Os números mostram que a falta de transparência afeta diretamente a percepção de marca. Uma pesquisa global da Salesforce revelou que 61% dos consumidores afirmam que o avanço da IA torna ainda mais importante que as empresas sejam confiáveis. Além disso, 72% consideram essencial saber quando estão interagindo com uma inteligência artificial e não com um ser humano.

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: **RUAN SILVA SANTOS**, estado civil solteiro, filho de José Arquilino dos Santos e de Eliana Maria da Silva Santos, residente e domiciliado em São Paulo - SP. O pretendente: **FÁBIO TUCCI TEODOSIO**, estado civil solteiro, filho de Edson Teodosio e de Joana Tucci Teodosio, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

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

Ou seja, um atendimento pode ser concluído em poucos segundos, mas se o consumidor não compreender como aquela resposta foi construída ou desconfiar do uso dos seus dados, a experiência será percebida como negativa. A IA aumentou a eficiência, mas elevou drasticamente o nível de exigência.

Os quatro pilares da confiança em CX Tech

Diferente de métricas transacionais, a confiança não pode ser resumida a um único número de painel. Ela é o resultado de quatro pilares estruturais ao longo da jornada:

- 1) Transparência radical:** O cliente precisa saber claramente quando está falando com um sistema automatizado. O fim da opacidade é o primeiro passo para a aceitação da tecnologia.
- 2) Consistência de respostas:** Informações contraditórias ou mudanças inesperadas no comportamento do agente de IA destroem a credibilidade da marca em segundos.
- 3) Sensação de controle:** A tecnologia gera mais confiança quando o consumidor sabe que pode corrigir dados, contestar uma decisão ou migrar para o atendimento humano a qualquer momento.
- 4) Governança e proteção de dados (LGPD):** O cliente exige clareza sobre como suas informações são armazenadas e utilizadas. A segurança de dados é o contrato moral da era digital.

Conclusão: eficiência sem confiança não gera lealdade. O futuro do Customer Experience não será definido por uma disputa entre humanos e máquinas, mas pela qualidade da orquestração entre ambos. A IA entrega escala e velocidade; o ser humano oferece contexto, empatia e discernimento.

No fim das contas, a tecnologia pode otimizar processos e cortar custos, mas somente a confiança é capaz de transformar uma interação automatizada em um relacionamento duradouro e rentável.

(*) Especialista em transformação digital e diretor de CX Tech.

Este documento foi assinado digitalmente por Jornal Empresas E Negocios Ltda. Para verificar as assinaturas vá ao site http://assinaturas.certisign.com.br e utilize o código 4225-2727-DB6A-8A4E.



PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <http://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/4225-2727-DB6A-8A4E> ou vá até o site <http://assinaturas.certisign.com.br> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 4225-2727-DB6A-8A4E



Hash do Documento

1C5C57BC8B210C7F87DB93EDD282A57EF9DC28AC6C72BC3ED3B2D90DA2553070

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 31/07/2026 é(são) :

- ☒ Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 31/07/2026 19:00 UTC-03:00
- Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

Evidências

Geolocation: Location not shared by user.

IP: 172.16.4.22

AC: AC Certisign RFB G5

