



AVANTTO

LIFESTYLE MAGAZINE





Com a Avantto é diferente

de manhã no escritório
e à tarde com as crianças

Você
à frente
do tempo

Há uma grande diferença entre ser e não ser Avantto.

O prazer de voar em sua própria aeronave,
com segurança, 100% de disponibilidade,
livre de preocupações e por apenas uma fração do custo.
Entre em contato com um de nossos consultores.

• Gestão de Aeronaves

• Propriedade Compartilhada de Aeronaves



Certificado pelo ISBAO



AVANTTO
Administração de Aeronaves

55 11 5627-4200 | www.avantto.com.br



BMW i Remote App



Interior exclusivo e sustentável



BMW ConnectedDrive

EMITE ZERO DE CARBONO. CONECTIVIDADE, EMITE DE SOBRA.

O que pode ser melhor que um carro elétrico, sustentável, que emite zero de carbono? Um elétrico que seja um BMW. Com vocês, o novo BMW i3. Um carro muito à frente do seu tempo, não só no design inovador. No motor também: sua aceleração vai de 0 a 60 km em 3,9s. Graças ao sistema de propulsão eDrive, a última palavra em BMW EfficientDynamics. Ele traz a 2ª geração do BMW ConnectedDrive, Conexão Total, como GPS integrado com o trânsito, serviço de concierge, além do BMW i Remote App, onde você tem acesso a informações do carro em tempo real. Venha fazer um test-drive de um novo mundo. BMW i3. Sustentável. Inteligente. Conectado. E, antes de tudo, um BMW.

Acesse www.novobmw.com.br e saiba mais.

**NOVO BMW i3.
BORN ELECTRIC.**



BMW i3



Puro Prazer de Dirigir

BMW EfficientDynamics
Menos emissões. Maior prazer de dirigir.

Na cidade somos todos pedestres.





1

HOTEL & HOMES
SOUTH BEACH

UM MUNDO QUE DESAFIA AS CONVENÇÕES

*O FORTUNE INTERNATIONAL
APRESENTA UMA INCOMPARÁVEL
PARCERIA*

HERZOG & DE MEURON
PYR LED BY PIERRE-YVES ROCHON
RAYMOND JUNGLES

SIMPLES PERFEIÇÃO EM MIAMI
Subindo 57 andares acima do Sunny
Isles Beach, o Jade Signature é um
convite para a vanguarda.

Residências a partir de \$3 milhões



FORTUNE INTERNATIONAL GROUP
1300 Brickell Avenue. Miami, FL 33131
Telefone: +1 305.351.1000 x 123
E-mail: brazil@fortuneintlgroup.com

Ótimos lugares são definidos pela natureza.

Tranquilidade e integração com a
natureza criando espaços atemporais
de frente para o mar, trazendo o
conforto e a luminosidade de South
Beach para a sua vida.

Interior Design por Débora Aguiar
Unidades de 1, 2 e 3 quartos disponíveis

FORTUNE INTERNATIONAL GROUP
1300 Brickell Avenue. Miami, FL 33131
Telefone: +1 786.235.2449
E-mail: brazil@fortuneintlgroup.com



EXCLUSIVIDADE DE VENDAS E MARKETING POR FORTUNE DEVELOPMENT SALES



REPRESENTAÇÕES ORAIS NÃO PODEM SER INVOCADAS COMO DECLARAÇÕES REPRESENTANDO CORRETAMENTE O DESENVOLVEDOR. PARA REPRESENTAÇÕES CORRETAS, FAÇA REFERÊNCIA AOS DOCUMENTOS REQUERIDOS PELA SEÇÃO 718.503 DO ESTATUTO DA FLÓRIDA, A SEREM FORNECIDOS PELO DESENVOLVEDOR PARA O COMPRADOR OU ARRENDATÁRIO. O PROJETO ESTÁ SENDO DESENVOLVIDO PELO SUNNY ISLES BEACH ASSOCIATES, LLC., QUE TEM O DIREITO DE USAR O LOGOTIPO E O NOME DA MARCA REGISTRADA DA FORTUNE INTERNATIONAL GROUP. RECURSOS, ILUSTRAÇÕES, GRÁFICOS E REPRESENTAÇÕES SÃO CONCEITUAIS E PRELIMINARES, APENAS PARA CONVENIÊNCIA DE REFERÊNCIA. O DESENVOLVEDOR RESERVA-SE O DIREITO DE FAZER MODIFICAÇÕES, REVISÕES E MUDANÇAS QUE CONSIDERA DESEJÁVEL EM SUA ÚNICA E ABSOLUTA DISCRICÃO, SEM AVISO PRÉVIO. ISTO NÃO TEM A INTENÇÃO DE SER UMA OFERTA DE VENDA OU SOLICITAÇÃO DE COMPRA EM NENHUMA JURISDIÇÃO PROIBIDA PELA LEI. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS - ADD INC.



REPRESENTAÇÕES ORAIS NÃO PODEM SER INVOCADAS COMO DECLARAÇÕES REPRESENTANDO CORRETAMENTE O DESENVOLVEDOR. PARA REPRESENTAÇÕES CORRETAS, FAÇA REFERÊNCIA AOS DOCUMENTOS REQUERIDOS PELA SEÇÃO 718.503 DO ESTATUTO DA FLÓRIDA, A SEREM FORNECIDOS PELO DESENVOLVEDOR AO COMPRADOR OU ARRENDATÁRIO. DESENHOS E REPRESENTAÇÕES SÃO CONCEITUAIS APENAS E NÃO DEVEM SER USADAS COMO REPRESENTAÇÃO. IMPLÍCITA DE DETALHE FINAL DAS RESIDÊNCIAS OU OUTRAS PARTES DE 1 HOTEL & HOMES SOUTH BEACH. OPORTUNIDADE MORADIA EQUAL.

Hospitalidade tão famosa quanto nossas paisagens.

Hospitalidade calorosa, serviço atencioso, cozinha requintada. É fácil se apaixonar pela Suíça – antes mesmo que você possa vislumbrar os Alpes. Para voar diariamente para a Suíça e outros 60 destinos em toda a Europa, contate seu agente de viagens preferido ou visite-nos em swiss.com



Voos diários para
60 destinos na Europa

SWISS.COM



Prezados amigos, clientes e parceiros,

Apresento a vocês com muita satisfação e orgulho a primeira edição da **Avantto Lifestyle Magazine**.

A revista surge de um desejo antigo de concentrar em uma única publicação assuntos das mais diversas naturezas e que são de interesse do nosso público. Traz um conteúdo exclusivo, inteligente e agradável. É uma revista de bordo, mas também para ser lida em terra.

As matérias estão divididas em quatro seções:

Travel Style: com dicas de roteiros nacionais e internacionais que estão em alta.

Business Style: assuntos relacionados ao universo do executivo: investimento, carreira, economia e negócios.

My Style: seleção exclusiva do que mais se relaciona com os hábitos de consumo e vida do cliente Avantto: moda, gastronomia, arte, saúde, consumo e hot spots exclusivos.

Aero Style: o mundo da aviação executiva sob o olhar de quem entende. Desde curiosidades sobre aeronaves clássicas até feiras internacionais do setor.

A revista também está repleta de colaboradores, personalidades de grande destaque no ramo em que atuam, escrevendo sobre temas dos quais são profundo conhecedores.

Esperamos que apreciem e aproveitem a leitura!

EXPEDIENTE

ANO I / Nº 1 / Novembro 2014

STAFF

CEO

Rogério Andrade de Sá

Marketing

Mariana Coelho

Publisher

Rudy Gatolin

Produção de Conteúdo

Hochmuller Comunicação
Let's Web

Foto da Capa

Fabio Bartelt

Jornalistas Responsáveis

Ana Rios
Erica Brasil
Fran Hochmuller
Guta Nobrega
Isabel Sena
Leticia Ghedin

Colaboradores

Bia Paes de Barros
Cau Saad
Denis Rezende
Gustavo Franco
Luciana Brito
Luis Giolo
Nicola Calicchio
Roberto de Ávila Miranda
Tassia Magalhães
Tomas Perez

Projeto Gráfico

Uakari

Revisão

Erica Brasil
Leticia Ghedin

Produção Gráfica

José Webber

Atendimento

Carolina Oliveira



O MUNDO INTEIRO COM PRECISÃO EM MINUTOS.



Duomètre Unique Travel Time. Calibre Jaeger-LeCoultre 383.

Paris. Nova Iorque. Tóquio. São Paulo... a precisão suíça nos quatro cantos do globo. O Duomètre Unique Travel Time é o primeiro relógio com as horas mundiais e segundo fuso horário com acerto ao minuto. Uma proeza possível graças ao movimento patenteado Dual-Wing. Com 180 habilidades reunidas sob o mesmo teto, a Manufatura Jaeger-LeCoultre, tem constantemente contribuído para os progressos da Alta Relojoaria.

JAEGER-LECOULTRE
VOCÊ MERECE UM VERDADEIRO RELÓGIO.



18

KIAROA
Um santuário de requinte para relaxar

48 **PROGRAME AS SUAS PRÓXIMAS FÉRIAS**
Conheça Bodrum, o balneário mais badalado da Turquia

52 **LONGOS VOOS, QUALIDADE À ALTURA**
Com a Swiss, sua viagem se transforma em passeio. Conheça os detalhes que fazem a diferença



Tivoli Lisboa



22

BONI,
o homem que revolucionou a TV no Brasil

16 **GUSTAVO FRANCO**
A economia de Dilma, sem rodeios

30 **NICOLA CALICCHIO**
Os 10 temas que estão na cabeça dos CEOs

38 **LUIZ GIOLO**
Os desafios do marketing



Tivoli Palácio de Seteais



24

AVANTTO
Voando alto

40 **LABACE**
América Latina em foco

60 **CLÁSSICOS DA AVIAÇÃO**
O Museu TAM, em São Carlos, convida os visitantes para uma viagem no tempo

90 **UMA AERONAVE PARA CHAMAR DE SUA**
A Avantto auxilia você em todo o processo



Tivoli Victoria



32

VIVENDO DE AVENTURA
Pratique esporte nas alturas com o seu Paramotor

44 **ELITE ATLÉTICA**
Esporte de cavaleiros conquista adeptos no Brasil e mostra-se ótimo para os negócios

70 **ARTES**
Thomaz Farkas, entre história e experimentação

92 **HOT SPOTS**
Conforto e *relax* estão a apenas um voo do seu alcance

NÃO FALTAM MOTIVOS PARA CONHECER PORTUGAL. ESCOLHA O SEU E VIVA ESSA EXPERIÊNCIA.

A Tivoli Hotels & Resorts oferece destinos em Portugal para viagem à negócios ou lazer. Do Algarve a Coimbra, passando por Lisboa e Sintra, descubra as melhores praias, o encanto das cidades ou a herança histórica do Patrimônio da Humanidade, acompanhado pela gastronomia excepcional nos nossos restaurantes. Venha e surpreenda-se com tudo o que Portugal tem para oferecer.

www.tivolihotels.com
experience more

TIVOLI
HOTELS & RESORTS

GUSTAVO FRANCO

**Economia**

Um dos sócios-fundadores e presidente do Conselho de Administração da Rio Bravo Investimentos. É bacharel e mestre em Economia pela PUC do Rio de Janeiro e PhD pela Harvard University.

LUIZ GIOLO

**Carreira**

Diretor-Geral da Egon Zehnder Brasil, possui bacharelado em Administração pela FGV, MBA pela Kellogg School of Management e Mestrado Executivo em Consultoria e Coaching para Mudanças pelo INSEAD.

TÁSSIA MAGALHÃES

**Gastronomia**

Chef do restaurante Pomodori. É formada pelo SENAC, estagiou no prestigiado AOC em Copenhagen. Em 2014, passou pela cozinha de renomados restaurantes, como o Amass, o Geranium e o Kadeau na Dinamarca.

ROBERTO DE ÁVILA MIRANDA

**Mercado do Luxo**

É reitor da Roberto Miranda Educação Corporativa, Escola de MBA & Pós-Graduação em São Paulo que mais forma profissionais para o mercado do luxo na América Latina.

DENIS REZENDE

**Vinhos**

É proprietário do Bar e Restaurante Café Journal, que possui uma das melhores e mais premiadas cartas de vinho do Brasil. Em 2010, foi presidente da Associação Brasileira de Arte, Cultura e História. Administrou o Patrimônio histórico Casa da Fazenda do Morumbi.

Negócios

Presidente para a América Latina e membro do Comitê Executivo Global da McKinsey. É formado com distinção em Engenharia Civil pela UFMG e MBA pelo MIT.

NICOLA CALICCHIO

**Saúde e Bem-estar**

Personal trainer e responsável por criar um circuito funcional que leva seu nome. É formada em Educação Física, pós-graduada em Metodologia do Treinamento específico e especializada em Nutrição Esportiva.

CAU SAAD

**Arte e Cultura**

Formada em Artes Plásticas pela FAAP, iniciou sua trajetória na Fundação Bial de São Paulo como curadora, realizou os projetos Arte na Rua, com Mônica Nador, e Arte Pública, com Tadeu Chiarelli. Em 1997, inaugurou sua galeria em São Paulo.

LUCIANA BRITO

**Turismo**

É presidente da Teresa Perez Tours, economista e publicitário. Desde 2009, participa do conselho TAAB (Travel Agent Advisory Board) do Grupo Four Seasons, também faz parte do conselho do Rosewood Hotels & Resorts e do Shangri-la Luxury Hotels.

TOMAS PEREZ

**Moda**

Consultora de moda e estilo pessoal, palestrante sobre *dresscode* empresarial e editora de moda no programa Vamos Combinar seu Estilo do canal GNT.

BIA PAES DE BARROS



Pomodori

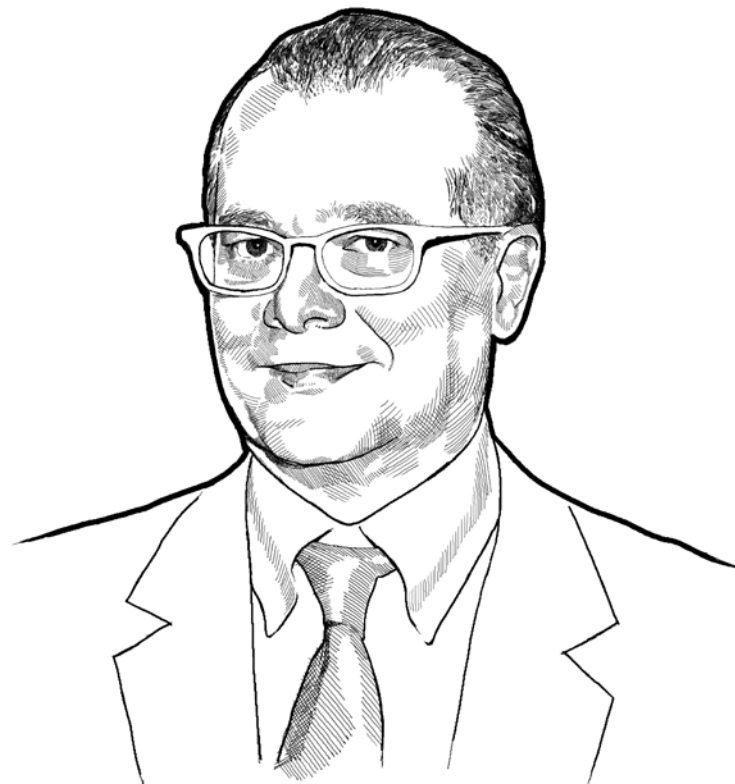
A Gastronomia Refinada Italiana.

Pomodori, o premiado restaurante de São Paulo, famoso por suas Massas Artesanais e receitas de personalidade criadas pela Chef Tássia Magalhães, oferece a Alta Culinária Italiana em ambiente aconchegante e elegante. Atendimento tradicional, bar e pratos inesquecíveis, o Pomodori coloca à disposição o melhor Cardápio Executivo da cidade. Além de uma estrutura completa para Eventos personalizados. Faça sua reserva e acesse nosso site - pomodori.com.br Viva a Experiência Pomodori.



Rua Dr. Renato Paes de Barros, 534 - Itaim Bibi Tel:3168-3123





A ECONOMIA DE DILMA, SEM RODEIOS

Por Gustavo Franco

O GOVERNO PETISTA, INICIADO EM 2003, CONTOU COM QUATRO MARAVILHOSAS TURBINAS, TODAS ALHEIAS À SUA VONTADE

A primeira teve que ver com bancos. Com o sistema (privado e público) totalmente saneado, depois de um conserto caro e trabalhoso, o crédito mais que dobrou, de 2003 até nossos dias, ultrapassando 55% do PIB, sem deterioração da qualidade dos ativos (mercê de boa regulação). A expansão foi principalmente no crédito pessoal e, graças ao consignado, o endividamento familiar dobrou, como proporção da renda, sem aumentos substanciais no comprometimento dos salários.

A segunda foi fiscal. Com as contas em ordem, ficou mais fácil reduzir a taxa de juros, independentemente das oscilações próprias do ciclo econômico, até 7,25% anuais para a Selic. Nesse caminho, o efeito sobre o valor dos ativos, ao menos até 2008, foi espetacular: o conjunto das empresas que compõem o IBOVESPA valia R\$ 2,0 trilhões às vésperas da crise, partindo de R\$ 294 bilhões em dezembro de 2002.

A terceira foi externa, e na verdade foi a combinação de dois ventos, um que vinha da China e outro dos bancos centrais dos países desenvolvidos. Não houve crise bancária na periferia, ex-

ceto de forma efêmera, por maior "aversão a risco", no começo de 2009, nada mais. Não foi uma "marolinha", deu trabalho ao BC, mas durou menos que um ano e depois disso choveu capital para dentro dos BRICS, cujas reservas aumentaram para US\$ 5,2 trilhões em 2014 contra US\$ 1,7 trilhões em 2006.

O fato novo, tratando de assuntos cambiais, é que o nível de reservas do país é tão gigantesco que um *déficit* em conta-corrente elevado, como o de agora, parece perder a importância. O poderio do BC em sua intervenção na taxa de câmbio resulta em que esta parece ter se tornado, finalmente, conforme o desejo de muitos, um preço público fixado conforme a folga que a inflação oferece, que, infelizmente, não é muita.

A quarta e mais importante de todas as turbinas é a da demografia, com amplos efeitos na desigualdade e no mercado de trabalho. A maior criação do bônus demográfico é a "nova classe média", em torno da qual se criou certa mitologia. O enredo é simples: nos anos 1960, o país era uma pirâmide e apenas 15% da população total trabalhava, uma época em que o grosso da população estava abaixo dos 14 anos. Verificou-se, desde então, uma enorme redução na taxa de fertilidade e assim, para resumir, a passagem do tempo foi fazendo a "base da pirâmide" se tornar a "copa da árvore".

Os efeitos sobre a desigualdade podem ser vistos da seguinte forma: nos anos 1990, um domicílio com um casal, cada qual ganhando dois salários mínimos, e 5 filhos em idade escolar pertencia à classe D ou pior. Na segunda metade dos anos 2000 essa mesma família tinha 7 pessoas trabalhando, e uma renda combinada que a colocava firmemente na classe C. Bastou as crianças crescerem. Se o avô viesse morar com a família, traria sua renda de aposentado e a opção de fazer um crédito consignado, elevando as possibilidades de consumo da família para níveis impensáveis 10 anos antes. Eis a mágica da classe média: demografia e crédito, com alguma ajuda do salário mínimo. Nada disso tem a ver com o Bolsa Família, que tem sua utilidade para o que se passa dois extratos mais para baixo, na região da pobreza.

Diante dessas poderosas turbinas, a pergunta que não quer calar é: como foi que a administração Dilma Rousseff conseguiu desarrumar a economia? Certamente, não foi um único erro, os desastres aéreos sempre compreendem diversos desacertos combinados com infelicidades e surpresas. No caso em tela, só é possível inocentar as surpresas.

O maior dos equívocos é o de sempre, a desordem nas contas públicas. Diretamente, descontada a maquiagem, ou via bancos públicos ou obrigações não reconhecidas, a situação fiscal se tornou crítica, por simples opção ideológica.

Se alguma surpresa houve, foi descobrir petróleo, o sonho extrativista de todos os caudilhos, que, todavia, se mal administrado, pode se tornar uma maldição. Na verdade, a opção por um modelo fortemente nacionalista, impondo grandes obrigações de investimento à Petrobrás, combinado ao represamento de preços, enfraqueceu brutalmente a empresa.

De forma análoga, a mesma filosofia de favorecer o Estado e apertar o setor privado prevaleceu nas áreas de energia e infraestrutura, com resultados igualmente ruins. O governo se empenhou em indispor-se com o capital. Como querer que haja investimento?

As perdas de valor nas empresas públicas listadas são impressionantes, e apenas se cogita sobre as perdas ocultas que são as que ocorrem em empresas públicas não listadas, ou decorrentes de obrigações pelo Tesouro assumidas e não ainda reconhecidas.

Adiciona-se à mistura um retorno aos anos 1960 em matéria de protecionismo e exigências de conteúdo nacional, e lá se vai, para baixo, a produtividade. O valor adicionado gerado em média pelo trabalhador brasileiro era 19% do que produzia um americano em 2000. Caiu para 18% em 2012. A China passou de 6% a 17% no mesmo período.

A inflação acordou, a política monetária teve de ser revertida, e se instaurou um clima de forte desconfiança, sobre a qual tudo o que se pode dizer é que há merecimento. Parecendo confirmar o diagnóstico, mas apenas depois de sentir-se ameaçada na eleição, a presidente demitiu o Ministro da Fazenda, mas ainda não disse coisa alguma sobre o que fará para reverter esse quadro.

É difícil de explicar, exceto pela demografia como o desemprego se mantém baixo e os salários continuam a crescer com recessão e estagnação da produtividade. A oferta de trabalho tem crescido menos que a demanda, coisa inédita entre nós: entra menos gente no mercado de trabalho a cada dia, e sai mais gente do que no passado. Há certa perplexidade sobre isso, mas as empresas registram continuadas dificuldades de contratar, daí o medo em demitir, mesmo com a economia fraca, e assim vão se apertando.

A ideia de que há uma crise externa culpada de tudo é uma fraude grosseira. O Brasil não carrega as feridas de 2008 que o mundo desenvolvido ainda está curando, e estamos nos beneficiando da política monetária deles. O investimento direto estrangeiro está acima de US\$ 60 bilhões anuais desde 2009. Por que será? Será este o impacto da crise sobre o país?

Diante das turbinas acima descritas, e dos erros cometidos, deve ser claro que o governo Dilma Rousseff meteu os pés pelas mãos na economia de forma inteiramente soberana e voluntária.



UM SANTUÁRIO DE REQUINTE PARA RELAXAR

NA PENÍNSULA DE MARAÚ, A PERFEITA HARMONIA ENTRE LUXO E NATUREZA

A Península de Maraú, situada entre o Oceano Atlântico e a Baía de Camamu, na Bahia, é um dos lugares que reforçam o dito popular de que Deus é brasileiro. Não seria exagero dizer que se trata de um pedacinho do paraíso. A paisagem é de tirar o fôlego com seus *dégradés* entre verdes e azuis, em uma região quase inexplorada, de clima tropical, onde o sol prevalece quase o ano inteiro.

É em meio a este santuário ecológico que o Kiaroa Eco-Luxury Resort está localizado, oferecendo sofisticação e conforto para quem gosta de lugares exóticos e deseja desfrutar de todos os atrativos que o *resort* oferece, seja relaxando no SPA, explorando a natureza local ou, simplesmente, curtindo um *dolce far niente*.

O Kiaroa disponibiliza 23 unidades de hospedagem, entre suítes e bangalôs, SPA, gastronomia *gourmet* (cozinha regional e internacional) e uma série de atividades prazerosas cercadas de luxo, aconchego e privacidade dentro dos seus 240.000 m².

PARA EXPLORAR

Durante a sua estada, conheça o artesanato regional da Vila de Barra Grande, principal povoado da península, com aproximadamente 3.000 habitantes. O lugar é um refúgio de tranquilidade e fica apenas a 10 minutos do hotel.

A praia de Taipus de Fora, eleita uma das mais lindas do Brasil, é formada por uma barreira de corais vivos, de aproximadamente 20.000 m². Mergulhe em suas piscinas naturais e confira um verdadeiro viveiro submarino intocado.

Não deixe também de aproveitar o pôr do sol na Ponta do Mutá, apreciar a vista maravilhosa da Península de Maraú no Morro do Farol e banhar-se na famosa cachoeira de Tremembé. A queda d'água proporciona um espetáculo à parte, onde uma coluna de água doce é despejada em águas salgadas da baía, formando um ótimo ponto para banho. Para os aficionados em pesca oceânica, vale navegar pela maravilhosa corrente de mar azul para fisgar Marlins, Dourados e Atuns.

Ainda reserve um tempo para saborear a lagosta pescada na hora na praia de Sapinho, andar de bicicletas nas praias de areias claras, fazer uma caminhada nas trilhas das Bromélias Gigantes, relaxar nos fantásticos tratamentos do SPA Armonia by L'Occitane e criar um clima de romance com jantar privativo à luz de velas em um dos Bangalôs.

PARA CHAMAR DE SEU

Todo luxo e infraestrutura presentes no Kiaroa Eco-Luxury Resort também são empregados no Kiaroa Fly-in Residence, um lugar impecável para quem deseja ter um refúgio para chamar de seu e curtir prazerosos momentos em família. O conceito une natureza e luxo para que a única preocupação seja desfrutar o que o Kiaroa Fly-in Residence oferece. São apenas 30 lotes entre 1.300 m² e 2.500 m², com pista de pouso particular, que proporcionam o conforto de sua casa aliado aos serviços exclusivos de um Hotel de luxo.





COMO CHEGAR

Por terra: o *transfer* terrestre tem saída do aeroporto de Ilhéus, passando pela estrada parque Ilhéus/Camamu, com a belíssima paisagem da Mata Atlântica e do mar. O trajeto de 128 quilômetros e duração aproximada de duas horas é um belíssimo *tour* ecológico.

Por ar: a viagem começa no Aeroporto Internacional de Salvador, a bordo de um avião bimotor que leva os hóspedes até o Kiaroa. O voo panorâmico, de aproximadamente 40 minutos, deixa o hóspede na pista do hotel, a 50 metros da recepção. A pista do hotel também está disponível para pousos e decolagens de aeronaves particulares.

@juliookubo



Julio Okubo

www.juliookubo.com.br

MESTRE DA TELEVISÃO

SAIBA MAIS SOBRE BONI, O HOMEM QUE REVOLUCIONOU A TV NO BRASIL



Algumas personalidades brasileiras executam sua trajetória de vida de uma forma tão intensa e inovadora que acabam por marcar a história do país e do povo que nele vive. Quando o assunto é televisão, poucos contabilizam um legado tão impactante como José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, ou simplesmente Boni, como é conhecido. Ele é responsável pelo formato televisivo de horário nobre, que tanto estamos acostumados, com a fórmula novela - jornal - novela. O clássico plim-plim também é idealização sua, bem como são dele os créditos por uma dramaturgia mais realista nas novelas, volta-da para a contemporaneidade.

Uma mente inquieta, já arquitetou muitos sucessos, como o desenvolvimento da TV Vanguarda, emissora afiliada da Globo do interior de São Paulo. Sob a sua batuta, a Vanguarda tornou-se uma empresa valiosa e capaz de produzir conteúdo de alta qualidade. O faturamento e a audiência da região do Vale do Paraíba são a prova da eficiência da gestão Boni.

Saiba mais sobre essa mente ativa e voltada para o futuro.

A sua gestão foi um divisor de águas no formato da televisão brasileira que perdura até hoje. Como foi implantar mudanças tão significativas em um ambiente conhecido por “egos” inflados?

Eu comecei na televisão em 1952, na TV Tupi de São Paulo, dois anos após ela ter sido implantada no Brasil. Em 1945, fui para a TV Paulista e depois para a publicidade. Retornei para a televisão em 1963 como assistente de direção da TV Excelsior em São Paulo, depois fui diretor artístico da TV Rio, diretor-geral do Telecentro da Tupi e entrei na Globo em 1967, a convite do Walter Clark. As grandes batalhas na vida não são travadas entre grandes exércitos, mas entre pessoas e ideais. Eu, o Walter e o Joe Wallach tínhamos ideias comuns e lutamos por elas. Depois o Walter saiu e ficamos eu e o Joe defendendo as mudanças com um grupo profissional como Daniel Filho, Borjalo, Magaldi, os irmãos Pacote, Dias Gomes, Avancini, Walter George Durst, Cassiano Gabus Mendes, Armando Nogueira, Adilson Malta, Manda, Chico Anysio, Mario Lúcio Vaz e tantos outros que acreditaram em conteúdo de qualidade.

Durante um período, a realidade da ditadura interferiu diretamente na programação da Rede Globo. Hoje, os censores estão espalhados na sociedade. A cultura do “politicamente correto” está deixando a televisão mais “quadrada”?

A censura foi uma briga insana do começo ao fim. Eram poucos com os quais se podia dialogar. Hoje, o importante é ter a sociedade do nosso lado para impedir que a censura volte disfarçada de regulamentação ou qualquer tipo de controle que impeça a liberdade de expressão. Os concessionários são suficientemente responsáveis e a pressão da sociedade é exercida pelo controle remoto, controle de idade e botão de desligar. Esse então, o mais eficiente e autêntico meio de censura.

Depois da Internet, o cenário da comunicação mudou. O público deixou de ser apenas espectador. Agora, ele interage e também produz conteúdo. Diante disso, que panorama é possível vislumbrar para a televisão brasileira com a pulverização das novas mídias?

A Internet é apenas mais um veículo de distribuição de conteúdo. Democratiza, pois dá acesso a todo mundo. Mas não é confiável como fonte. Não é bom veículo de publicidade porque a gente delega *banners* e outros anúncios. Mas é a maior loja do mundo. Vende tudo. Como distribuidor de conteúdo ajudará os grandes produtores, aqueles que são competentes e confiáveis. Entre eles, os grandes produtores de conteúdo da televisão e os

grandes jornais de todo mundo que migrarão para a Internet. Já podemos dizer que tudo isso é uma coisa só. Há concentração nos mais importantes e o resto, bom ou ruim, é que é pulverizado.

A concretização de uma rede de TV nacional foi coroada com a estreia do Jornal Nacional, quando passou a ser exibido ao vivo para todo o País. Quais as lições aprendidas nesse desafio de gerir uma equipe espalhada pelo Brasil?

O projeto da rede é tão velho quanto a ideia da televisão. Ele veio do rádio americano dos anos 20. Não é invenção nossa. Nós sabíamos claramente que teria que ser assim. Começamos com o tráfego de videotape e assim que o governo começou a montar os troncos de micro-ondas, corremos para a distribuição nacional. Em 1955, a Lintas, agência de publicidade da Unilever, ia começar a anunciar em TV no Brasil e me mandou para os Estados Unidos para ver televisão de perto. Nesse tempo, o Walter Clark era diretor-comercial da TV Rio. Quando eu voltei, a gente conversava dia e noite e varava madrugadas falando de como criaríamos uma rede de televisão nacional brasileira. Só veio acontecer 14 anos depois, em 1969.

Onde você busca inspiração? Tem algum hábito para estimular a criatividade?

A inspiração vem da insatisfação. O estímulo à criatividade vem da ansiedade em se livrar da insatisfação.

Ao longo da sua carreira, já cogitou atuar em um setor diferente, que não envolvesse a comunicação?

Sempre sonhei em ser médico. Curar. Quando a gente comunica, de certa forma tenta uma cura coletiva. Mas o bom é curar o doente e não a doença. Isso só a Medicina pode fazer.

A cultura empreendedora, bastante valorizada hoje em dia, tem como premissa uma visão otimista a respeito do erro, considerando-o um ensaio para o sucesso. Você concorda?

Concordo. O grande ator italiano Vittorio Gassman disse um dia em uma entrevista ao Roberto D'Ávila: “A gente deveria ter duas vidas. Uma para ensaiar e outra para viver”.

É mais difícil liderar ou ser liderado?

Eu sempre fui muito rebelde. Pedi demissão todas as vezes que tentaram me liderar de uma forma explícita. Tenho dentro de mim um diabo de um mecanismo que não aceita. Sei até conviver dentro de um processo com limitações e negociações, mas comandado nunca. Não dá.

Agusta A109E Power



VOANDO ALTO

REFERÊNCIA NO MERCADO DE AVIAÇÃO, A AVANTTO CONTINUA SUA TRAJETÓRIA RUMO ÀS ALTURAS

Desde o início de sua carreira, o empresário Rogério Andrade viu no setor de aviação executiva um nicho potencialmente promissor. Foi então que fundou, em 2010, junto com a gestora de recursos Rio Bravo, a Avantto, uma empresa especializada na administração de helicópteros e aviões executivos. Como pioneirismo e inovação são qualidades primordiais para se manter no mercado competitivo, a empresa já nasceu com duas modalidades de prestação de serviço: o Programa de Propriedade Compartilhada e o Programa de Gestão de aeronaves privadas. Hoje, quase 400 clientes usam o serviço da Avantto para otimizar seu tempo de deslocamento.

MÚLTIPLOS SERVIÇOS

No Programa de Compartilhamento, as aeronaves são divididas em cotas e vendidas individualmente para empresas, profissionais liberais ou pessoas físicas. A escolha da Avantto possibilitará



ao proprietário usufruir de todos os benefícios de voar na sua própria aeronave, com segurança, 100% de disponibilidade, livre de preocupações e por apenas uma fração do custo que teria se fosse o proprietário exclusivo da aeronave. A economia chega a ser de até 95% na aquisição da cota e de até 90% nas despesas mensais.

A escolha do tipo de aeronave e tamanho da cota será determinada pela demanda de uso mensal, quantidade média de passageiros e distâncias percorridas. Atualmente, são ofertados no Programa de Compartilhamento quatro modelos de helicópteros e dois modelos de jatos.

A empresa oferece também o Combo Avantto: combinações entre cotas de helicóptero e avião. No Combo Avantto, o cotista economiza na soma dos custos fixos mensais, além de ter a flexibilidade de voar a soma das horas mensais de cada modelo de acordo com a necessidade do momento. Por exemplo, o cliente adquire um combo de vinte horas e pode voar num mês doze horas de helicóptero e oito horas de avião, e no mês seguinte inverter esse uso ou usar apenas um modelo de aeronave.

Adicionalmente, existe a possibilidade de voar a “própria” aeronave nas múltiplas bases operacionais da empresa, independentemente de onde o proprietário possuir sua cota.

No Programa de Gerenciamento das aeronaves particulares, a Avantto torna-se a responsável por limpeza e manutenção dos aviões e helicópteros, contratação e treinamento de tripulantes, con-

tratamento de seguros aeronáuticos, organização da logística de voo e hangaragem, além de reduzir os custos operacionais em decorrência de sua escala de contratação dos serviços aeronáuticos.

Não satisfeita em agradar os clientes somente cuidando de seus bens aéreos, em outubro de 2012, a Avantto lançou um programa de parcerias com restaurantes, hotéis, spas, companhias aéreas, grifes de roupas, entre outros. A missão do programa Avantto Lifestyle é colocar ao alcance dos clientes, de forma diferenciada, tudo o que cada parceiro oferece de melhor. “As marcas associadas oferecem produtos e serviços do interesse dos nossos clientes. Nosso objetivo é proporcionar uma experiência ainda mais prazerosa aos cotistas durante os voos e fora deles.” diz Rogério.



A EMPRESA

Hoje, com 54 aeronaves em sua frota, a Avantto é referência no quesito aviação, tornando-se uma das maiores do setor. Com uma equipe de especialistas, divididos em quatro grandes áreas: Administrativo-Financeiro; Marketing e Vendas; Operações e Manutenção. A Avantto atende clientes em todo o país, com bases operacionais nas principais capitais brasileiras: Rio de Janeiro e em São Paulo.

Na busca de sempre se aprimorar é que a Avantto participa das principais feiras de aviação do mundo. Este ano, a empresa participou pelo 4º ano consecutivo na Labace, maior feira de aviação da América Latina, além de estar presente com sua equipe na NBAA (National Business Aviation Association), principal evento do setor, realizada nos EUA.

Em 2011, a empresa recebeu o certificado IS-BAO (International Standard for Business Aircraft Operations - que em português significa Norma Internacional de Operações de Aeronaves Comerciais). Essa certificação comprova que a empresa trabalha dentro de elevados padrões internacionais de operação e manutenção, transportando seus clientes com segurança e eficiência. Esse certificado é exclusivo das melhores empresas de aviação do mundo.

Com quatro anos de experiência, a Avantto faz jus ao lema “o prazer de voar em sua própria aeronave”.



Aterrissando no paraíso.

Imagem ilustrativa sobre foto do local



Foto Aérea do Kiaroa Eco-Luxury Resort



Restaurantes e bares



UM PROJETO EXCLUSIVO E PRIVILEGIADO.
Apenas 30 lotes entre 1.300 m² e 2.500 m², com pista de pouso particular.



O conforto da sua casa aliado aos serviços exclusivos de um Hotel de luxo.

É um luxo estar com a sua família em um lugar onde o tempo passa sem pressa, desfrutando de toda estrutura de lazer e segurança[™] do Kiaroa Eco-Luxury Resort, com um atendimento impecável e serviços exclusivos. Um estilo de vida incomparável localizado na Península de Maraú, ao sul da Bahia, internacionalmente conhecido como um dos destinos mais encantadores do Brasil.

INFORMAÇÕES:
+55 (71) 3272-1320
www.kiaroofly-in.com.br





OS 10 TEMAS QUE ESTÃO NA CABEÇA DOS CEOS

Por Nicola Calicchio

NO ÚLTIMO COMITÊ EXECUTIVO DA MCKINSEY, APROVEITANDO O FATO DE QUE CADA UM DE NÓS TÍNHAMOS FEITO MAIS DE 100 REUNIÕES COM CEOS NOS ÚLTIMOS SEIS MESES, FIZEMOS UMA REFLEXÃO SOBRE OS PRINCIPAIS TEMAS E DEMANDAS RESULTANTES DE TAIS CONVERSAS. A LISTA ABAIXO, SEM QUALQUER ORDEM ESPECÍFICA DE PRIORIDADE, REFLETE ESSA NOSSA DISCUSSÃO. NATURALMENTE, A IMPORTÂNCIA RELATIVA DESSES TEMAS VARIA POR INDÚSTRIA E REGIÃO DO MUNDO ONDE A EMPRESA OPERA, MAS ACREDITO SER UMA LISTA ROBUSTA, QUE RETRATA BEM AS QUESTÕES MAIS PULSANTES AOS EXECUTIVOS NO MOMENTO

1 - O RETORNO DA GEOPOLÍTICA

A intensificação das crises na Ucrânia e no Oriente Médio, assim como as tensões crescentes entre os países do Leste e do Oeste, e a ameaça do Ebola estão criando uma série de desafios a estratégias, modelos de negócio, cadeias de suprimentos e estruturas legais das empresas globais. Dirigir uma corporação global, em um mundo cada vez mais fraturado politicamente, é um grande desafio. Somente para citar um exemplo, o recente embargo às empresas da Rússia cria desafios para todos aqueles que fazem negócios naquele país.

Neste cenário, fica uma pergunta no ar: será que o mundo está se desglobalizando, *unflattening*, e o ritmo da tendência de longo prazo de menores barreiras de comércio está diminuindo ou mesmo acabando?

2 - A CRESCENTE IMPORTÂNCIA DOS REGULADORES E A NECESSIDADE DE COMPLIANCE

É visível a escalada do ativismo regulatório tanto em nível nacional como supranacional. Este ativismo, demonstrado pelo aumento do número de regras, é uma reclamação constante em todas as empresas, que cada vez mais se sentem engessadas. É comum ouvir que as pessoas têm mais receio da área de *compliance* do que de seu superior hierárquico. Tal ativismo afeta ainda os mercados financeiros e as transações e relações entre cliente e fornecedor ao redor do mundo. Os CEOs se questionam sobre as oportunidades existentes para participar do diálogo e influenciar as constantes mudanças regulatórias. E esses mesmos CEOs também estão tentando definir qual o *heat-map* do seu negócio e quais são as maneiras

de mitigar o risco e o impacto das principais questões.

3 - O RETORNO DAS FUSÕES E AQUISIÇÕES GLOBAIS

A história nos mostra que, ao fim de cada grande ciclo de crescimento dos preços das ações, os movimentos de fusões e aquisições tornam-se o principal motor de crescimento do EPS (lucro por ação) e dos valores de mercado das companhias. Atualmente, observamos que os regimes distorcidos de impostos nos diferentes países do mundo motivam tentativas de reestruturações.

Um exemplo concreto dessa tendência é o “*frenesi*” que ocorreu recentemente no setor de farma. Neste contexto, a questão na cabeça dos CEOs é como diferenciar o que é saudável do que não é saudável e o cíclico do definitivo nesta onda de fusões

e aquisições globais, e como responder a ela. Será que as empresas americanas têm uma vantagem injusta, derivada da inversão fiscal e das regras de contabilidade (*fees* de licenças de tecnologia, por exemplo), e também decorrente do fato de os reguladores americanos protegerem o mercado doméstico?

4 - ESTRATÉGIAS PARA MERCADOS EMERGENTES VERSÃO 2.0

O esfriamento da onda de infraestrutura na China e na Ásia e o fim do superciclo de *commodities* criaram uma visão diferenciada sobre o crescimento potencial de cada país em mercados emergentes. Ao mesmo tempo, muitas das tendências dos consumidores podem ser entendidas: mudanças demográficas com o envelhecimento da população de todos os países, à exceção de alguns lugares na África; a crescente inequidade de renda; os desejos do próximo 1 bilhão de consumidores que estarão ingressando na classe média; comércio *on-line* e por celular; o papel das marcas em um mundo mais conectado por mídia social, etc. Por fim, a urbanização em megacidades gera novas necessidades e cria oportunidades em transporte público, mobilidade urbana, logística, energia e serviços ambientais.

O questionamento dos CEOs paira sobre quais estratégias as empresas devem seguir para capturar esta próxima onda de crescimento. Qual é o *heat-map* de mercados (cada vez mais cidades, e não países) em que devemos investir e que devemos retrair, de forma a realocar recursos para maiores oportunidades em nosso setor? E quais são as implicações para as companhias de B2B que estão fornecendo serviços para as empresas que fornecem serviços aos consumidores?

5 - A DIGITALIZAÇÃO DE TODOS OS ASPECTOS DA VIDA E DOS NEGÓCIOS

A telefonia móvel e a Internet das coisas (comunicação de máquina para máquina) geram uma disrupção nos modelos de negócios e criam oportunidades atrativas para quem entende do assunto. Ao mesmo tempo, as oportunidades de digitalizar a companhia geram enormes oportunidades de eficiência interna, além de deslocamentos e bolsões de lucro. As aplicações de big data criam, portanto, novas técnicas e ferramentas de gestão, como marketing altamente customizado, gerenciamento do valor ao longo da vida do consumidor, precificações em tempo real, etc.

Dentro deste contexto em que a tecnologia muda muito mais rápido do que a capacidade da gestão de entendê-la, e no qual as oportunidades se apresentam de forma abundante, a questão é: como priorizo tudo isso, de forma a capturar oportunidades sem paralisar a organização?

6 - CYBER THREATS e SEGURANÇA DAS INFORMAÇÕES

Existe uma explosão em curso da capacidade de *hackers* individuais, organizações, agentes de espionagem industrial e até mesmo países atacarem a confidencialidade das informações e interferirem na continuidade dos negócios. É bastante possível que, em algum momento no futuro, vejamos um ataque em larga escala, causando grandes transtornos a uma empresa. Qual seria, então, o nível de gasto realista que devemos ter para proteger nossos negócios e nossos clientes? E quais seriam as estratégias mais efetivas e eficazes para remediar, uma vez que o dano tenha ocorrido?

7 - A ORGANIZAÇÃO DO FUTURO

As grandes organizações - públicas ou privadas - claramente repensam sua estratégia de talentos e estruturas organizacionais. Isto se deve ao fato de que o mundo vê uma globalização do mercado de trabalho, mudanças profundas na forma como a nova geração (“*os millennials*”) vê o mundo. Há ainda o tema de equidade entre gêneros, que está no topo da agenda da sociedade atual, e as novas formas de comunicação resultantes da mídia social e *on-line*.

Neste tema, acredito que existam duas perguntas relevantes. A primeira é se haveria um limite para a escala e a complexidade organizacional neste mundo VUCA¹. E a segunda é qual será o *blueprint* que a corporação global terá no futuro. Será que as novas formas de comunicação permitem estruturas corporativas mais descentralizadas?

8 - LIDERANÇA NO SÉCULO 21

Além de estar inevitavelmente conectado à questão anterior, o fato é que o desenvolvimento de liderança tem tradicionalmente focado no que os líderes fazem e como desenvolvem habilidades de liderança. Entretanto, em linha com as maiores expectativas do líder em termos de transparência, integridade, habilidade de se comunicar, a ênfase não deveria ser

no que os líderes realmente são? Neste sentido, habilidades intrínsecas, como resiliência e senso de propósito, parecem ser mais relevantes.

Teríamos, então, os líderes corretos? Como construir uma equipe de liderança para obter sucesso nos próximos 10 anos? Como fazer a transição da equipe atual para a equipe futura?

9 - CAPITALISMO DE LONGO PRAZO

A crise financeira expôs ao mundo a arquitetura não saudável dos mercados financeiros e a natureza “curto-prazista” dos incentivos de gestão. Um nível muito mais alto de escrutínio público transformou-se em norma e não em exceção, abalando a fé no mercado e reduzindo o apoio da sociedade ao sistema capitalista baseado nos mercados.

Neste cenário, CEOs questionam-se sobre as estratégias que devem implementar em suas companhias para melhorar a saúde e a estabilidade da governança e quais ferramentas utilizar para ajustar os sistemas de incentivo e gestão.

10 - ALOCAÇÃO DE RECURSOS EM UM MUNDO DINÂMICO

A pesquisa acadêmica mostra que empresas que realocam recursos mais rapidamente entre mercados (geografias ou categorias) obtêm resultados financeiros muito superiores àquelas que não realocam e que operam na filosofia do *business as usual* (no ano passado, mais 5% em todas as divisões). Entretanto, o aumento da volatilidade e ritmo das mudanças requerem uma visão ainda mais radical de realocação de recursos humanos e de capital.

A questão passa a ser, então: que ferramentas e técnicas de gestão devem ser utilizadas para mobilizar os recursos (*capex*, *opex*, recursos humanos, gasto de marketing, etc.), de forma a aumentar a taxa metabólica da minha organização? E como fazer para deixar a equipe de liderança mais confortável com realocações mais radicais e menos incrementais de um ano para o outro?

Bem, essas são premissas complexas e que impactam, em maior ou menor grau, as diferentes organizações. Refletir sobre elas pode ser útil no sentido de identificarmos oportunidades de gestão e alinhamento da equipe de liderança.

¹ O termo refere-se a uma expressão cunhada pelo exército americano e que se refere a *volatile, uncertain, complex and ambiguous*.

VIVENDO DE AVENTURA

PRATIQUE ESPORTE NAS ALTURAS COM O SEU PARAMOTOR

Fotos Leandro Saadi / Pedro França



Composto por uma asa denominada parapente e um grupo motopropulsor, o Paramotor é pura adrenalina e versatilidade - tem velocidade média de 50 km/h com vento zero e pode voar em qualquer altitude. Sua mobilidade é um grande diferencial: desmontável, pode ocupar o porta-malas de um carro pequeno. Essas são algumas das razões que o tornam o esporte aéreo que mais cresce no Brasil. Levantamentos recentes apontam aproximadamente 800 praticantes espalhados pelo país.

O Paramotor é uma atividade aerodesportiva regulamentada pela Agência Nacional de Aviação Civil - ANAC - e pode ser praticado por maiores de 18 anos, de ambos os sexos. O representante do esporte no Brasil é a Associação Brasileira de Paramotor - ABPM.

Para voar em um desses é necessário obter uma licença denominada CPD - Certificado de Piloto Desportivo, e também o CMPU - Certificado Médico de Piloto de Ultraleve. Para isso, é preciso fazer um curso de pilotagem em uma escola homologada pela autoridade aeronáutica, realizar uma prova prática e teórica, além de um exame médico básico.

A única escola homologada no Brasil para essa prática é a Escola Brasileira de Paramotor - EBPM, fundada em 2008. É a primeira

instituição criada para ministrar cursos dessa modalidade aerodesportiva. Já formou mais de 400 pilotos, entre eles a tropa de elite da Marinha do Brasil. Considerado o mais acessível entre os esportes aéreos, totaliza aproximadamente um investimento de R\$ 28 mil, além do curso, que custa R\$ 3.500.

Um dos grandes nomes do esporte no Brasil e no mundo é o Instrutor Sênior Lu Marini. Fundador da Associação Brasileira de Paramotor, possui em sua bagagem mais de 20 anos de experiência, é recordista continental de altitude e o único piloto do mundo a sobrevoar um vulcão ativo, o Popocatepetl, no México. Além disso, Lu Marini realizou grandes expedições com Paramotor, destacando-se:

- **Rastreamento o Atlântico** - 4.000 km do litoral do Brasil. Do Rio Grande do Sul ao Rio Grande do Norte.
- **Rastreamento o Pantanal** - 2.000 km no Pantanal Selvagem do Brasil.
- **Rastreamento o México** - do Atlântico ao Pacífico sobrevoando o eixo neovulcânico do País.
- **Rastreamento a Transamazônica** - 4.000 km sobrevoando a rodovia mais polêmica do País.
- **Rastreamento o Rio Tietê** - 1.136 km. Da nascente à foz.

Serviços

www.abpm.esp.br
www.ebpm.esp.br
www.aventurafantastica.com.br
www.lumarini.com.br



INSPIRE-SE CONHECENDO O TRABALHO DE UM APAIXONADO PELO QUE FAZ

Sylvestre Campe nasceu na Alemanha e vive no Brasil há mais de uma década. Atua em longas-metragens, documentários e peças publicitárias para televisão e cinema dirigindo e fotografando. Ele também está à frente de séries do Canal Off, entre elas, a *Aéreas*, que retrata expedições realizadas com o seu Paramotor. Aliás, aprender a voar foi uma habilidade desenvolvida especialmente para o projeto. Deu tão certo que ele não se vê mais trabalhando sem esse novo ponto de vista. Apesar de surfar e mergulhar, nunca imaginou que essa seria mais uma grande paixão.

De onde surgiu a ideia da série “Aéreas” e por que escolheu o paramotor?

Eu já fazia outras séries quando fui convidado para fazer *Aéreas*. Para a realização do trabalho,

conseguir aeronaves era difícil e o custo também influenciava. Quanto mais isolados os lugares que eu precisava ir, maiores as dificuldades. Cheguei a pensar em Drones até que fui apresentando ao britânico, Gilo Cardozo (especialista em Engenharia Aeronáutica e famoso explorador e aventureiro). Quando o vi construindo um Paramotor, achei a solução que eu queria, além da facilidade de poder montar e desmontar um equipamento que coubesse em uma mala. Outro desafio da série foi ter me tornado apresentador. Eu nunca havia ficado em frente às câmeras antes, mas gosto de compartilhar o que acho mais importante. Não tem ninguém melhor para dizer o que sinto. Apresentando, eu posso ser eu mesmo, mostrar as minhas fraquezas, medos, sustos, alegria e paixão pela vida.



Como descreveria o que sente quando está nas alturas?

Cada vez que decolo, dou um grito de alegria. Dou um grito por estar vivo. A sensação de estar no ar e tirar os pés do chão é única, indescritível. Faz três anos que voou e nem por isso consigo me conter. No início, achava que o grito iria sumir, que me acostumaría, mas é sensacional poder decolar com os próprios meios. É incrível também o quanto é possível explorar em tão pouco tempo. É a maneira mais rápida de entender a geografia de um local. Nas expedições por terra, para ver animais, é necessário dirigir por horas, ficar à espreita para capturar uma cena específica, por exemplo, o que não acontece quando você está voando e tem uma visão panorâmica. Posso atingir diferentes altitudes - inclusive, tão baixo que já toquei na cabeça de um elefante. Com o paramotor, você fica muito ágil e sem limitações, como vidros ou cabines. O potencial é impressionante e a autonomia do paramotor também ajuda. Posso voar por até três horas com dez litros de combustível.

Quais foram as maiores dificuldades durante o aprendizado?

Não tive sequer uma semana para aprender. Assim que fechei a série com o canal, deparei-me com os equipamentos e em quatro horas estava voando. Já no ar, passaram-me um rádio dizendo que eu ainda não sabia pousar. Foi quando recebi as instruções para conseguir voltar pro chão.

Qual o local foi mais bonito que você sobrevoou?

As regiões mais bonitas que sobrevoei foram os Fiordes da Noruega, seguidos pelas Cataratas de Vitória na África. Acrópoles também foi muito marcante, já que é proibido e nenhum avião ou helicóptero pode fazê-lo. Neste dia, acordei antes do sol nascer e pude voar no berço da civilização ocidental.

E no Brasil?

No Brasil, foi Belo Monte. A polêmica em torno da construção era tão grande que fiz questão de ver de perto para entender. Acabou sendo uma experiência impressionante ver a construção colossal em meio à Floresta Amazônica e entender as suas proporções. Sem falar que o país é perfeito para voar. É tão grande que não foi feito para cumprir grandes distâncias de maneira que não pelo ar.

Qual o seu próximo destino? Como faz para elaborar os roteiros de viagem?

Em todas as séries, sou eu quem planeja os conteúdos e cria o roteiro. Passo oito meses por ano viajando e já estive em 28 países. Já estou planejando a quarta temporada. Quero sobrevoar do extremo da América do Sul ao Ushuaia. Quero ver neve, montanhas altas.



WHAT EXTRAORDINARY
LOOKS LIKE.
THERE, UNDERNEATH
THE ICE.

BEBE COM MODERAÇÃO



“ the Single Malt against which
all others must be judged ”

- Gordon Brown, Wine & Spirits Magazine



OS DESAFIOS DO MARKETING

Por Luiz Giolo

NOS ÚLTIMOS ANOS, TIVE O PRIVILÉGIO DE TRABALHAR INTENSAMENTE BUSCANDO EXECUTIVOS PARA AS PRINCIPAIS POSIÇÕES DE MARKETING DISPONÍVEIS NO BRASIL E NA REGIÃO. FORAM CERCA DE QUATRO PROJETOS POR ANO, NOS MAIS DIVERSOS SETORES COMO BENS DURÁVEIS, TELECOMUNICAÇÕES, INTERNET, COSMÉTICOS, PRODUTOS PESSOAIS, ALIMENTOS E BEBIDAS, ENTRE OUTROS

A primeira pergunta em mente é por que a demanda por tantas posições de marketing neste momento? Creio que parte se deve ao momento que vivemos onde o Brasil passa por uma fase de baixo crescimento da economia, a concorrência aumentou e as empresas buscam desesperadamente uma fórmula para vender mais e o profissional de marketing é visto como a salvação. É hora de "chacoalhar a árvore" como dizem, e se diferenciar ainda mais do concorrente e administrar melhor as cada vez mais escassas verbas publicitárias.

Em primeiro lugar, o profissional de marketing fora-de-série precisa estar no lugar certo na hora certa para poder brilhar. O que adianta ter um grande produto mas lançá-lo na hora errada? Em segundo lugar ele precisa sair da zona de conforto, buscando segmentos com potencial de ruptura, ou seja, encontrar um caminho novo, pouco ou talvez inexplorado pelos concorrentes.

Com a famosa globalização e acesso das classes menos privilegiadas ao consumo, o desafio deste profissional torna-se muito mais difícil, pois ele precisa atender vários públicos-alvo muito distintos e honestamente muito poucos sabem de fato o que as classes CD querem e como querem consumir, pois trata-se de um fenômeno relativamente novo por aqui. Para complicar ainda mais as coisas, com a expansão do acesso à Internet, esses públicos querem consumir em tempo real, ou seja, o tempo de planejamento e preparação, ou mesmo de testes e acertos ficou para trás.

Beco sem saída? Não, de forma alguma. Os profissionais fora-de-série tiveram a felicidade de ter experimentado durante suas carreiras outras funções como vendas ou trade marketing, desenvolvendo uma visão mais completa do cliente e do mercado e idealmente fazem o mesmo com seu time, ampliando os horizontes. Fazer reuniões mais frequentes e de curta duração, ou seja, mais efetivas e menos hierárquicas. Num mercado tão dinâmico e competitivo como o de telecomunicações, por exemplo, o processo envolve o CEO semanalmente em reuniões de "Go/No Go" para projetos específicos como o lançamento de uma nova campanha, serviço ou produto, ou seja, o CEO outorga a equipe de marketing o poder de ousar. Finalmente ter um time mais jovem e aberto à mudança sempre ajuda.

Ficou mais fácil? Infelizmente não, pois a maioria dos profissionais fora-de-série descritos acima já não querem mais brincar só de Marketing. Eles almejam mais, querem ser CEOs ou gerentes-gerais de um negócio. E aí as empresas precisam apostar na turma mais jovem abaixo, que tecnicamente pode até responder, mas ainda pode não ter adquirido experiência suficiente de gestão de pessoas para motivar uma equipe frente a um mercado tão competitivo. Sem contar ainda, o desejo da maior parte das empresas por profissionais que entendam do mundo digital.

Infelizmente, aqueles que realmente o entendem são muito poucos e em grande parte estão ainda numa faixa etária de transição para um gestor de pessoas completo, sem contar

que a grande maioria não pensa na carreira da mesma forma que seus potenciais contratantes, ou seja, mudam com uma frequência frenética por melhores salários, melhor ambiente de trabalho, porque um amigo os convidou ou mesmo porque enjoaram do trabalho anterior. Uma outra parte está nas agências de publicidade, muitas vezes num ambiente de trabalho mais fluido e menos corporativo e com dificuldades de adaptação para uma empresa cliente. Finalmente, vários se anteciparam e foram beber direto na fonte, saindo do país e trabalhando nos mercados mais desenvolvidos como os EUA e a Inglaterra, por exemplo, sem desejo de voltarem à terrinha em momento tão morno como agora.

Apesar de toda a euforia ao redor do conhecimento de mídias sociais e do digital, acreditamos que existem algumas variáveis básicas que continuam sendo válidas. Num estudo que fizemos com cerca de 25.000 profissionais avaliados por nós pelo mundo, analisamos a fundo 134 profissionais de marketing em 34 empresas diferentes de seis setores econômicos distintos em mais de 14 países de todos os continentes, ou seja, uma amostra bem global. Aí descobrimos que as grandes empresas não são tão diferentes entre si, e a escala importa menos que a performance. Os melhores profissionais são os líderes pragmáticos, focados em resultados no cliente e com profundo conhecimento do seu mercado. E as principais oportunidades de desenvolvimento para eles estão exatamente na gestão de pessoas, no seu desenvolvimento profissional e no pensamento estratégico além das marcas e produtos, pensando realmente no negócio da empresa como um todo. O lado de pessoas se torna mais crítico quando se pensa que os times estão cada vez mais jovens, com profissionais da geração Y e do mundo digital tentando se adaptar a uma cultura organizacional.

Os profissionais de marketing fora-de-série são aqueles que questionam como as coisas são feitas, inovam e provocam mudança, nunca se contentando com o *status quo*.

Em resumo, se você tem hoje este profissional de marketing fora-de-série na sua empresa, cuide dele com carinho, o desenvolva e faça com que ele também trate sua equipe da mesma forma, pois a ferramenta mais poderosa de retenção, segue sendo o relacionamento com o chefe, a admiração e capacidade de aprendizado criada por ele. Se ainda não tem, vá buscá-lo mas crie as condições para atraí-lo e trabalhar de forma eficaz, fazendo aquilo que sabe e trazendo bons resultados.

AMÉRICA LATINA EM FOCO

MAIOR FEIRA DE AVIAÇÃO EXECUTIVA DA AMÉRICA LATINA E SEGUNDA DO MUNDO, A LABACE MOSTRA QUE O MERCADO NÃO PARA DE CRESCER

Com 11 edições na bagagem, a Latin American Business Aviation & Conference, a LABACE, é a prova de um setor em expansão. Desde a sua criação em 2003, mais de 1.300 expositores e 140 mil visitantes de diferentes nacionalidades passaram pelos corredores do evento.

Em um mercado com forte representatividade dos Estados Unidos e Europa, a participação de países latinos está em plena ascensão, motivo de otimismo para a aviação executiva brasileira e estímulo para o clima promissor que a LABACE traz há alguns anos.

Seguindo o modelo das principais feiras de aviação do calendário internacional, o objetivo da LABACE, desde sua criação é fomentar negócios, além de ser palco para palestras sobre assuntos de interesse do mercado. Geralmente, o evento serve também como plataforma de lançamento de novos modelos de aeronaves, produtos e serviços das principais empresas que atuam no segmento aeronáutico.



EVOLUÇÃO DA **AVANTTO** NA MAIOR FEIRA DE AVIAÇÃO EXECUTIVA DA AMÉRICA LATINA

2011

Estande de 135 m²
Exposição do Colibri



2012

Estande de 216 m²
Exposição do Agusta



2013

Estande de 327 m²
Exposição do Phenom 100 e Agusta



2014

Estande de 432 m²
Exposição do Phenom 300





O fato de o Brasil sediar a feira e atrair um público muito específico, vindo de todos os cantos do mundo, extremamente voltado para negócios e investimentos, é apenas um dos motivos que impulsiona importantes *players* do setor a fazerem parte do evento, como é o caso da Avanto.

Foi em 2010 que a empresa pioneira em compartilhamento no Brasil marcou presença pela primeira vez na LABACE. Desde então a Avanto expandiu sua participação tanto em termos de espaço físico, como prospecção de clientes e exposição de novidades. Em 2014, a empresa apresentou o Phenom 300, maior aeronave da frota.

Prova que a feira tem chamado atenção de empresas de outros segmentos é a entrada na LABACE de parceiros das mais diversas áreas de atuação. Com o intuito de trazer experiências únicas para seus clientes, estiveram junto com a Avanto: Kiaroa Eco-Luxury Resort (expondo seu recém-lançado condomínio Fly-In), Fortune International Group (importante grupo do setor imobiliário da Flórida), Swiss Air (referência em aviação comercial), Etnia Gastronomia (responsável pelas deliciosas refeições servidas durante o evento), Brown-Forman (servindo seu premiadíssimo boutique bourbon Woodford Reserve), Studio D'Essences (que desenvolveu fragrância exclusiva para as aeronaves, criando uma identidade aromática para a empresa através do marketing olfativo e da sensibilização dos sentidos) e o DJ Du Costa (que criou trilhas sonoras exclusivas para o CD Avanto Lifestyle).



ELITE ATLÉTICA

ESPORTE DE CAVALEIROS CONQUISTA ADEPTOS NO BRASIL E SE MOSTRA ÓTIMO PARA OS NEGÓCIOS

As origens do polo remetem há séculos antes de Cristo, quando era utilizado como um recurso para treinar a cavalaria. Contam que foi aperfeiçoado na Ásia e rapidamente encantou os britânicos, responsáveis por organizar as regras. De lá para cá, ganhou *status* de esporte, foi se popularizando pelo mundo, conquistando muitos adeptos. Entre eles, os argentinos, cavaleiros talentosos e que sediam importantes campeonatos. Os brasileiros também se interessaram pela prática.

O esporte começou no Brasil na década de 20, com imigrantes ingleses no Rio de Janeiro. Depois, espalhou-se para o interior de São Paulo, em cidades como Colina, Franca e Orlandia, grandes produtoras de café da primeira metade do século XX. Logo, tornou-se uma paixão de famílias tradicionais do interior

e capital de São Paulo, como os Junqueira, Diniz, Pinheiro, Setúbal, Mansur, Bordon, Matarazzo, Klabin, Gannon, entre outras. O Brasil hoje conta com diversos locais para a prática do esporte. Entre eles, destaca-se o Helvetia Polo Country Club, importante centro do polo no Brasil, que recebe os maiores torneios e abriga as principais equipes, de baixo, médio e alto handicap. Localizado em Indaiatuba, no interior de São Paulo, é um verdadeiro ponto de encontro dos fãs desse esporte.

AVANTTO E O PRATA POLO

O time foi fundado em 2008 pelo capitão Felipe Prata e por grandes e talentosos amigos, que sempre tiveram nesse esporte uma grande paixão. Um dos melhores jogadores do

Brasil, Pedro Henrique Zacharias, com oito gols de handicap (que varia de -1 a 10) integra o time, junto com Wolff Klabin e Jose Klabin. A interação com o verde e o *lifestyle* do polo compõem a filosofia da equipe: atuar em um ambiente familiar e agradável.

A elegância e distinção do polo transcendeu a prática esportiva e expandiu sua atuação para moda, comportamento e editorial, passando a representar uma grande plataforma para negócios e relacionamento. Empresas como a BMW, Cavaleira, Jeager le Coultre, Diletto e Avantto apoiam a Prata Polo, acreditando nos pilares que a sustentam e nos talentos dos atletas. Os resultados aparecem nos torneios e no comprometimento da equipe com os patrocinadores em diferentes tipos de ações.

Confira a entrevista com o Capitão do Prata Polo

Quais as perspectivas para o polo no Brasil?

O Polo iniciou no Brasil com famílias tradicionais, como os Junqueira, Diniz, Matarazzo, Mansur. De alguns anos para cá, com a entrada de novos adeptos de fora desta roda, o esporte começou a tomar outra magnitude. Principalmente na última década, com o efeito do mercado, onde surgiram novos afortunados graças ao crescimento econômico e à estabilidade financeira do país. Desta forma, este esporte de nicho abriu portas para patrocínios AAA devido ao seu *lifestyle* e penetração no público-alvo destas marcas. Por exemplo: Audi, BMW, Avantto, Diletto, Jeager.Le Coultre, Cavaleira. Acredito que o esporte está crescendo; porém, tem um foco bem específico.

Qualquer pessoa pode praticar esse esporte?

Pode sim, o Helvetia Polo Country Club, localizado em Indaiatuba, proporciona entrada de novos adeptos (via escolas de polo) e assistência para o seu crescimento no esporte.

Quais estratégias você adota para elevar a sua performance no polo?

Para se manter competitivo neste esporte você tem três fatores como pilares: bons cavalos, bons profissionais na equipe, um preparo adequado para alta performance e uma organização boa para botar a sua estrutura para andar.

Conduzir equipes é sempre um desafio. Como você motiva seus colegas de equipe?

A motivação vem primeiramente de uma cumplicidade entre você e os demais da equipe com espírito competitivo e ambiente familiar. Este é um exercício basicamente semanal onde nos encontramos para treinar ou disputar torneios.

Segway polo. Você acha que vai colar?

Este é um instrumento para os que gostam do esporte poderem se divertir, também serve para as práticas com os professores, diversão para as crianças que não querem descer do cavalo, e assim dão um descanso ao animal (risos)! Desta forma, colo junto aos adeptos, sim.





O QUE CADA LUGAR PODE FAZER PELO SEU DESENVOLVIMENTO PESSOAL

Por Tomas Perez



PARECE ESTAR NO DNA DO SER HUMANO TRILHAR CAMINHOS EM BUSCA DA SATISFAÇÃO PESSOAL E DA PLENITUDE DA VIDA. AOS POUCOS, ENTENDEMOS QUE O MUNDO EM QUE VIVEMOS NÃO DEIXA DE SER UM REFLEXO DE NÓS MESMOS. CRIAR POSSIBILIDADES PARA MUDAR NOSSAS VIDAS É, EM ÚLTIMA ANÁLISE, TRANSFORMÁ-LO

Acredito que o autoconhecimento e o equilíbrio emocional e físico sejam elementos-chaves para esta mudança. O alcance do bem-estar, a prática de esportes e a observação da arte, cada um à sua maneira, podem servir de inspiração nesse processo. São formas de acalmar a mente para que cada um consiga alcançar esta mudança interior.

Acredita-se que práticas como a yoga e o reiki podem gerar um bem-estar imenso. Os ensinamentos delineados pelo budismo e pelo taoísmo, por exemplo, miram a espiritualidade para combater a ansiedade da vida moderna com a qual toda a sociedade ocidental convive. Em países asiáticos como o Laos, o Cambodia ou o Vietnam, onde as ruas são tomadas de monastérios e templos, a população vive as filosofias das religiões. Elas são adotadas como estilo de vida. No Butão, compreende-se que nada é permanente e que as transformações e as perdas são apenas uma parte do caminho para a realização plena do ser humano. Essa entrega é completamente genuína e fascinante.

Cidades já conhecidas se tornam uma verdadeira aventura, se exploradas de bicicleta: além da possibilidade de desenhar um trajeto ainda mais rico, eu me sinto um morador do local. Por ciclovias, cruzo com executivos chegando ao trabalho, mães levando as crianças para a escola, jovens indo para a faculdade. Em Nova York, não há nada como andar de bicicleta às margens do Hudson. Em Berlim, até o velho aeroporto da cidade virou point para quem quer pedalar – a pista desativada e os gramados tornaram-se uma das áreas de lazer favorita dos berlinenses.

Da mesma forma, se vejo a mesma obra de arte exposta em diferentes lugares do mundo, tenho uma percepção diferente sobre ela a cada vez que a encaro. Por isso, para que eu decida o destino de uma viagem, obrigatoriamente, procuro saber a qualidade das atrações artísticas que estarão disponíveis. Pergunto a amigos que moram na cidade, consulto o *conciierge* do hotel e sempre falo com o agente que organizou minha viagem. A boa notícia é que a cena *artsy* mundial anda mais quente e instigante do que nunca. Novos artistas surgem a cada momento, alguns quase que imediatamente são tidos como gênios, tornando-se uma das razões para conhecer ou visitar uma cidade e as galerias que desenvolvem seus trabalhos. São artistas e eventos que sempre me levam a questionamentos com provocações, inquietudes e reflexões.

E, de repente, a inspiração chega. Uma nova ideia surge. Algo muda. São esses momentos de ação e reação que têm me motivado a viajar e viver momentos marcantes, que surgem em roteiros pela Ásia, América do Sul, África e Europa. São destinos e ensinamentos de onde podemos extrair um fôlego a mais em busca da satisfação pessoal na sutil estrada do bem-estar e do desenvolvimento mais pleno.



PROGRAME AS SUAS PRÓXIMAS FÉRIAS

CONHEÇA BODRUM, O BALNEÁRIO MAIS BADALADO DA TURQUIA

Colaboração Teresa Perez Tour



Pequena cidade portuária na costa do Mar Egeu, na Turquia, Bodrum é um destino muito procurado por milhares de turistas todos os anos, principalmente do norte europeu. Sinônimo de luxo e badalação, o lugar é puro *glamour*, com muita tranquilidade durante o dia e com uma intensa vida noturna, sendo uma ótima opção para quem busca relaxar, contemplando as mais lindas paisagens, mas sem abrir mão da curtidão.

Esportes náuticos e passeios nas pitorescas guletas ou gullets (veleiros típicos) são prazerosas maneiras de vivenciar o azul turquesa dos mares Egeu e Mediterrâneo, com suas águas cristalinas e cenários adoráveis.

As ruas estreitas próximas à praia são cheias de charme. Caminhar por esses corredores é uma delícia para quem quer fazer compras, tomar um sorvete ou fazer uma pausa para um café. Ao entardecer, Bodrum promete diversão incrível na região do Porto, onde ficam os melhores bares e excelentes restaurantes, em sua maioria, especializados em frutos do mar.



O QUE CONHECER

Castelo de Bodrum

Construído no século XV por cavaleiros medievais, o castelo abriga hoje um dos melhores museus de arqueologia marinha existentes, com uma ampla exposição de restos de embarcações naufragadas.

Mausoléu de Halikarnassos

Considerado uma das Sete Maravilhas do Mundo Antigo, o mausoléu é um museu a céu aberto, que traz os restos do monumento e algumas réplicas de objetos antigos.

Ele foi construído no século IV a.C. para honrar a morte do Rei Hekatomnos. Foi seu filho Mausolus quem convidou os melhores arquitetos e escultores da época, e foi a partir de seu nome que o termo mausoléu surgiu.

Fethiye

Uma cidade encantadora, rodeada por uma cadeia de montanhas, localizada a cerca de 240 quilômetros de Bodrum. É considerada como uma das melhores praias da Turquia. O grande atrativo é a prática de esportes náuticos. O lugar chama atenção pela impressionante beleza da Lagoa Azul (Oludeniz) com águas cristalinas e calmas e as ruínas gregas do Vale de Kaya.

ONDE COMER

Marina Yacht Club

Três restaurantes servem sabores de todo o mundo: cozinhas italiana, mediterrânea, pratos turcos clássicos, menu internacional e frutos do mar.

Memedof

Um dos mais conhecidos restaurantes de frutos do mar de Bodrum. A variedade de peixes, a apresentação dos pratos, bem como o serviço são notáveis.

Mimoza

Situado na praia de Gumusluk, está afastado de outros res-

taurantes, o que garante a atmosfera tranquila e intimista. As mesas estão posicionadas próximas ao mar, e à noite são iluminadas por lanternas penduradas em árvores. A especialidade da casa são os peixes, harmonizados com seleção de vinhos.

ONDE FICAR

Amanrüya

Em turco, Amanrüya significa sonho. Esse hotel está situado em um cenário deslumbrante: no alto de uma colina na baía de Bodrum, com incríveis vistas do Mar Egeu. Com estilos mediterrâneo e otomano, a propriedade dispõe de 36 graciosas Terrace Cottages, que possuem jardins e piscinas privadas. Com quatro restaurantes, as opções gastronômicas mesclam a rica culinária turca com sabores internacionais.

Maça Kizi Bodrum

Localizado no norte de Bodrum, o belo Maça Kizi é um hotel-boutique com atmosfera boêmia, à beira da baía de Türkbükü. Dispõe de sofisticados quartos e suítes, com vistas para os jardins ou para o mar, todos decorados com obras do renomado artista turco Suat Akdemir. No restaurante, o chef Aret Sahakyan combina os sabores turcos e mediterrâneos em elaborados pratos. Nos decks do hotel, é possível desfrutar do exuberante visual e do Mar Egeu, enquanto uma equipe dedica-se a mimar os visitantes.

The Marmara Bodrum

Membro da coleção Small Luxury Hotels of the World, o The Marmara é um sofisticado hotel-boutique situado a cinco minutos da Marina de Bodrum. Seus 96 confortáveis quartos são decorados em tons terra e madeiras claras, e contam com varandas ou terraços com vista para o Castelo de Bodrum. No restaurante Marmara Tuti, os visitantes saboreiam a criativa cozinha mediterrânea enquanto apreciam a bela paisagem da região.



O MELHOR SPA TAILANDÊS FICA NO CORAÇÃO DE SÃO PAULO. ESSA CIDADE É MESMO SURPREENDENTE.

Um verdadeiro oásis de bem estar na capital paulista. O Elements Spa by Banyan Tree oferece tratamentos de tradições asiáticas aliados a produtos exclusivos como os óleos aromáticos, ervas e especiarias. Venha conhecer a Harmony Elements, um tratamento realizado a quatro mãos que facilita a sinergia e o equilíbrio das polaridades gerando um estado de relaxamento profundo. Viva essa experiência de bem estar.

Elements Spa By Banyan Tree | Tivoli São Paulo - Mofarrej
Alameda Santos, 1437 | 4º andar
Cerqueira César | São Paulo
T: +55 11 3146 6420 | +55 11 3146 6421
E: elementsspa-saopaulo@banyantree.com
www.banyantreespa.com

ELEMENTS
Spa By Banyan Tree



LONGOS VOOS, QUALIDADE À ALTURA

COM A SWISS, SUA VIAGEM SE TRANSFORMA EM PASSEIO
CONHEÇA OS DETALHES QUE FAZEM A DIFERENÇA

Aquelas situações em que é preciso contar com a aviação convencional não precisam ser um incômodo. Pelo contrário, há muito o que desfrutar. Conforto, tranquilidade e conveniência permeiam a experiência dos clientes da Swiss, tanto no ar como em terra. Independentemente da razão da viagem, você chega ao destino descansado e pronto para enfrentar qualquer desafio, mesmo após longos voos.

O passageiro Swiss First, que viaja nos Airbus A340-300, encontra um amplo e confortável assento com espaço de sobra para relaxar. Ao toque de um botão, transforma-se em uma cama com dois metros de extensão, absolutamente horizontal. Na televisão, um sistema de entretenimento individual *on-demand* com ampla programação está disponível durante a sua viagem.



O jantar tem serviço à la carte. Você escolhe quando quer que o seu prato, produzido por chefs suíços detentores de estrelas Michelin e pontuações GaultMillau e de acordo com o premiado conceito culinário "Swiss Taste of Switzerland", seja servido. Existe também no cardápio, em voos partindo de Zurique, a opção de refeição vegetariana.

Partindo do aeroporto internacional de São Paulo, você desfruta do Proair Lounge, exclusivo para passageiros da primeira classe e com *status* HON e Senator no programa Miles&More. É um ambiente tranquilo e elegante, com *buffet* completo, bar, áreas de descanso e de trabalho e wi-fi gratuito.

Se estiver se deslocando em função de negócios, a Swiss Business proporciona uma viagem sossegada. No ano de 2014, foi novamente considerada a melhor classe executiva entre todas as companhias aéreas europeias no World Travel Award, pelo quarto ano seguido. A Swiss Business já recebeu este prêmio seis vezes.

No Business Class Lounge da Swiss, você terá acesso a um ambiente tranquilo e acolhedor. Se você for cliente Senator ou Hon Circle, com Status Gold no programa de milhas da Swiss, seu espaço é o Senator Lounge, uma área ainda mais exclusiva, com benefícios adicionais.



No novo Terminal 3, no aeroporto Internacional de São Paulo, os passageiros Swiss Business têm acesso ao Star Alliance Lounge. Elegantemente decorado, oferece wi-fi, computadores, duchas, *buffet* quente e frio, bar, adega e bebidas diversas, além de jornais e revistas em diferentes idiomas.

A bordo, muita privacidade e mais superfícies de apoio para seus objetos pessoais. As inovações tecnológicas dos assentos da classe executiva possibilitam reclinção máxima e posicionamento totalmente horizontal, bem como função massagem e uma exclusividade inédita: você pode regular a maciez do assento em toda a sua extensão, deixando-o exatamente como prefere.

Pela Business Class, as vantagens não param por aí: um menu elaborado por renomados chefs suíços, assim como a possibilidade de opção por refeição vegetariana preparada pelo restaurante Hiltl. Vinhos de primeira linha e bebidas diversas, chocolates finos Lindt & Sprüngli, café Nespresso e petiscos arrematam a - sempre - prazerosa jornada com a Swiss.



Sua aeronave bem administrada.
Você livre de preocupações.

No Programa de Gestão, a AVANTTO coloca em benefício do proprietário toda sua experiência em administração de aeronaves.

Como usuário do Programa de Gestão, você deixa sua aeronave sob os cuidados de especialistas que apresentarão as melhores soluções em segurança, logística de voo, planejamento de manutenção, seleção e capacitação de tripulantes, além de proporcionar redução de custos e garantir mais comodidade na utilização.

Você
à frente
do tempo

Entre em contato com um de nossos consultores.

◆ Gestão de Aeronaves

◆ Propriedade Compartilhada de Aeronaves



Certificado pelo ISBAO



AVANTTO
Administração de Aeronaves

55 11 5627-4200 | www.avantto.com.br



FUTURO DO LUXO

Por Roberto Miranda

NOS ÚLTIMOS 10 ANOS O MERCADO DO LUXO MUNDIAL PASSOU POR MUITAS TRANSFORMAÇÕES. GANHOU TERRENO EM UM MUNDO DIVIDIDO ENTRE OS CADA VEZ MAIS RICOS E OS CADA VEZ MAIS POBRES

Cresceu vertiginosamente em receita e lucro. Até 2008 era um mercado que não conhecia provações, caminhava pela sombra. Tudo era sorriso para o luxo mundial. Enfrentou a crise de 2008 com perdas que duraram pouco. Multiplicou-se em um mundo cada vez mais angustiado e atendeu mercados que outrora nem eram considerados como tal.

Louis Vuitton abriu lojas em Oulan-Bator (Mongólia), Gucci, Hermès, Chanel em Dakar e Lagos, em Chengdu, capital de Sichuan (China). Províncias distantes elevaram o faturamento das marcas em 25% entre 2011 e 2012.

A França permanece líder no segmento, exporta 80% da sua produção e, junto com a Itália, detêm 80% do mercado mundial. Enquanto todo o resto do mundo produz na China, o luxo Europeu resiste, visando preservar sua legitimidade. Outro paradoxo mundial.

O professor da Roberto Miranda Educação Corporativa, Christian Blanckaert, vice-presidente mundial da Hermès por 23 anos, ensina que a essência do luxo encontra-se em cada comerciante

apaixonado, no açougueiro que busca e encontra a carne extraordinária, no padeiro que faz seu pão com cuidado meticuloso. Comenta: "O artesanal nunca teve tanto espaço, ele justifica a compra. Não é mais um luxo fútil, é legítimo. Um movimento permite o surgimento de criadores desconhecidos e talentosos".

De fato, existe uma relação íntima entre o luxo e os produtos fabricados em ateliês.

Certamente a legitimidade territorial é um dos pilares do luxo francês, pois está fundamentada em sua história e cultura. Mas até quando perseverará esta "resistência francesa"? Estudos recentes demonstram que o sucesso continuado de marcas de luxo baseia-se no chamado triângulo mágico: inovação constante, qualidade excepcional e distribuição e serviços mais seletos e atenciosos possíveis. Por outro lado, a massificação do consumo, chamada vulgarmente de democratização do luxo está mudando a maneira de se produzir luxo no mundo.

As previsões de futuro são otimistas, apontam para um mercado de 600 bilhões de Euros em 2025. Três vezes maior que 2012. Os mestres e doutores do Centro de Pesquisas do Luxo® em São Paulo, pioneiro na América Latina, fundado em 2008 e sustentado pela Roberto Miranda Educação Corporativa, traçou linhas ligando o passado, o presente e o futuro do mercado do luxo mundial.



Loja Louis Vuitton, em Chengdu, atinge terceiro maior volume de vendas entre as lojas LV na China.



Loja Hermès em Mumbai - Índia



Loja Louis Vuitton em Ulaanbaatar na Mongólia

O mais recente estudo conduzido pelo Centro concluiu que o futuro do luxo no mundo continuará a ser impulsionado pelo consumo aspiracional da classe média, iniciado assim que entramos na Era da Informação e todos passaram a ter acesso a tudo pela Internet.

Com isso em mente, marcas que não pertencem ao mercado do luxo criarão extensões de linha com novo *approach* e maior qualidade tentando cavar espaço na mente destes consumidores, que juntam dinheiro para obter bens e serviços alvos de desejo. Surgirão novas marcas sustentadas pela inovação, cuja força superará a legitimidade territorial em um mundo cada vez mais globalizado. Marcas globais, em um mercado mundial, para consumidores globais.

A capacidade de gerar experiências únicas superará o tradicionalismo. Marcas tradicionais de luxo terão que se mexer para não perderem espaço no coração dos consumidores de luxo. Não existirá lugar à sombra. "Estar à sombra será manter-se em movimento", Roberto de Ávila Miranda.

**"EM 2025,
UM MERCADO
DE 600 BILHÕES
DE EUROS"**

Participe da pesquisa Roberto Miranda sobre o consumo do luxo no Brasil. Acesse o link abaixo com seu celular e concorra a uma viagem a Paris.



MBA

Gestão em Hotelaria de Luxo®



Hotel Ritz - Paris

Programa

O ambiente de Negócios do Luxo
A Hotelaria de Luxo
Inovação e Empreendedorismo
Desenvolvimento de Talentos® e Competências
Planejamento e Implantação Hoteleira
Projetos de Implantação em Hotelaria de Luxo
Marketing aplicado à Hotelaria de Luxo
Marketing Internacional e Rede de Negócios
Revenue Management
Distribuição Internacional
Gestão de Operações
Gestão Financeira
Desempenho Organizacional
Melhoria Contínua do Desempenho Humano

Modalidades

Modalidade I
Toda segunda-feira das 19h00 às 23h00 e 1 (um) sábado por mês das 09h00 às 18h00.
Duração: 3 (três) semestres
Carga Horária: 432 hs/a*

Modalidade II
Especial para participantes de outros estados.
Um final de semana a cada 60 dias e uma imersão de 5 (cinco) dias no final de cada semestre.
Duração: 4 (quatro) semestres
Carga Horária: 432 hs/a*

Local das Aulas

Hotel Fasano e Tivoli Mofarrej em São Paulo
& Ritz Paris início em 23 de julho 2015 no encontro mundial de Gestão de Hotéis de Luxo®.



com extensão internacional em Paris

Destinado a empresários e profissionais que têm interesse em desenvolver seus conhecimentos no mercado mundial da hotelaria de luxo. Com dez turmas formadas no Hotel Fasano em São Paulo, Ritz e Hotel George V em Paris.

Matrículas Abertas - Início 7 de março 2015

(*) Curso de MBA com 20% a mais do que o exigido pelo MEC, 288hs presenciais, 90hs. EAD, 28hs. extra e 26hs. monografia.

CLÁSSICOS DA AVIAÇÃO

O MUSEU TAM, EM SÃO CARLOS, CONVIDA OS VISITANTES PARA UMA VIAGEM NO TEMPO



A 340 quilômetros de distância da capital São Paulo, clássicos que contam a trajetória da aviação mundial estão reunidos em um dos principais acervos do planeta. Das máquinas mais raras às mais pitorescas, o Museu TAM conta hoje com 94 aeronaves que marcaram a evolução de um dos setores que mais despertam curiosidade e fascinação, tanto nos leigos quanto nos entusiastas da “arte de voar”.

Considerado o quarto museu do mundo em tamanho e o maior mantido por uma companhia aérea, o local surgiu com o intuito de preservar a memória da aviação transformando-a em legado. O Comandante Rolim e seu irmão João Amaro fizeram do *hobby* de colecionar aviões antigos uma instituição permanente e aberta a todos, o que permite ao público reviver a história.

A coleção começou em 1966, com a compra de um antigo Cessna-195 de 1950 em um leilão, e passou a tomar forma quando Rolim comprou a Helisul Táxi Aéreo, que possuía três aviões antigos vindos de Buenos Aires.

Inaugurado em 2006 com o nome de Museu Asas de um Sonho, o Museu TAM, como hoje é conhecido, foi reinaugurado em 2010 em um formato que remete a uma viagem de avião: da bilheteria que imita os guichês de *check-in* dos aeroportos, ao túnel de entrada com sonorização que remete ao momento de decolagem. Aeronaves pioneiras, clássicas, jatos e caças, a maioria em plenas condições de voo, simuladores, Espaço TAM Kids e Torre de Controle são apenas alguns dos ambientes que compõem o museu.

Em um espaço de mais de 20.000 m² de área, entre os mais diversos estilos, destaca-se o modelo Lockheed L-049 Constellation, que servia para rotas comerciais e intercontinentais sem escalas. A aeronave estreou em 1943, em um conflito durante a Segunda Guerra Mundial. No Brasil, foi introduzido pela Panair, que o utilizou entre 1946 e 1965.

Douglas DC-3

O Douglas DC-3, aeronave comercial criada pela Douglas Aircraft Company para voos domésticos nos Estados Unidos, surgiu após a solicitação de companhias aéreas que desejavam competir com a United Airlines. Voou pela primeira vez em 1935 e posteriormente ganhou uma versão militar, o C47, utilizada também na Segunda Guerra.



Douglas DC-3: bimotor para uso civil que revolucionou o transporte de passageiros nas décadas de 1930 e 1940.

“Iniciei minha carreira na aviação em 1979. No ano seguinte, em meio a mais uma crise na aviação brasileira fui voar em Cuiabá, pois somente no Norte do país havia emprego nas regiões de garimpo, as aeronaves tinham péssimas condições de manutenção e as pistas eram curtas com enormes árvores nas cabeceiras, o que tornava cada decolagem muito difícil, com fortes emoções. Nessa época, em Alta Floresta, no Mato Grosso, havia grande movimento de pessoas em função do ouro. Foi lá que tive o primeiro contato com o fantástico Douglas DC-3, a famosa aeronave dos Irmãos Metralhas. Confesso que foi paixão à primeira vista, jamais poderia imaginar que após três anos teria a oportunidade de voar essa grande máquina. Fui convidado para pilotar o DC-3 por um grande amigo, o Comandante Tavares que voou o DC-3 na época da VASP e também pelo Comandante Ferreira, oriundo da Real Transportes Aéreos, eles me ensinaram tudo a respeito dessa máquina, tenho profundo respeito e admiração por esses Comandantes. Quando me vi pela primeira vez no *cockpit* fui remetido a um passado distante, vivendo o mesmo romantismo da aviação de antigamente, voando pelo Nordeste e Amazônia, formamos uma grande família de pilotos e mecânicos. O abastecimento era feito sobre as asas e era conferido com uma régua de madeira medida em galões americanos para checar com os liquidômetros, em seus grandes motores radiais sempre havia um vazamento, o que fazia com que sempre tivéssemos uma mancha de óleo na camisa, sem contar que na cabine, ao lado dos pilotos existia um compartimento abaixo das janelas para guardar as cartas de navegação e em função do forte calor abríamos a janela durante voo, o que fazia com que, às vezes, as cartas eram sugadas para fora do avião. Nos dias de hoje só vejo algum DC-3 quando voou para os Estados Unidos, o que me faz voltar ao passado com muita saudade, sinto-me privilegiado de ter voado essa aeronave, na minha geração poucos tiveram a oportunidade que eu tive.”

Comandante Valter Caobianco Junior, 52 anos, pilotou o DC-3 durante 2 anos.

Compreender a evolução e importância da aviação através da história é fundamental para se perceber seu relevante papel como elemento integrador no mundo e como fator impulsionador na economia.



SERVIÇO

Endereço: Rodovia SP 318, km 249 - São Carlos (SP)

Contato: (16) 3306-2020

Funcionamento: quarta-feira a domingo, das 10h às 16h (entrada autorizada até às 15h)

Coordenadas: latitude 21°52'35"S e longitude 047°54'12"W

Ingressos: R\$ 25*, com meia entrada de R\$ 12,50* para estudantes e idosos de 60 a 65 anos.

Idosos a partir de 65 anos e crianças de até 6 anos não pagam.

Aceitam-se cartões de crédito e de débito

Entrada gratuita às quartas-feiras



 The advertisement features a reproduction of the painting 'The Milkmaid' by Johannes Vermeer. The woman in the painting is pouring coffee from a red pot into a cup. The text 'Bons momentos não tem hora, mas tem o lugar certo' is written in cursive over the painting. The Café Journal logo is in the top right corner. At the bottom right, the address and contact information are provided. At the bottom, there are three small images: the interior of the café, a wine cellar, and the exterior of the building at night.

*Bons momentos
não tem hora,
mas tem o
lugar certo*

Café Journal

Alameda dos Anapurus, nº 1.121 Moema - SP
Tel.: 11 5055.9454 | Faça sua reserva!
www.cafejournal.com.br | f Café Journal



BMW: MADE IN BRAZIL

APENAS UM MÊS APÓS A INAUGURAÇÃO, SEGUNDO MODELO JÁ ESTÁ EM PRODUÇÃO

Aproximadamente um mês após a inauguração oficial da fábrica sul-americana de automóveis e a montagem do primeiro BMW Série 3 no País, a linha de veículos *premium* mais vendida no mundo, o BMW Group Brasil, brinda o início da fabricação do modelo BMW X1. Localizado em Araquari, Santa Catarina, o empreendimento tem previsão de conclusão para setembro de 2015, quando terá suas atividades de soldagem e pintura plenamente operantes. Além do BMW Série 3 e do BMW X1, também entregará os modelos BMW Série 1, BMW X3 e MINI Countryman. A capacidade é de até 32 mil carros por ano.

Com uma área total de 1,5 milhão de metros quadrados e investimento de aproximadamente R\$ 600 milhões, é a 30ª unidade fabril da empresa no mundo, que já tem presença em 14 países. Para a empreitada, é prevista a contratação de 1.300 profissionais – até o momento, cerca de 530 colaboradores já foram admitidos – e a geração de 2.500 vagas indiretas, incluindo fornecedores, parceiros de negócios e novos concessionários.

Para assegurar que os automóveis que sairão da linha de montagem brasileira terão qualidade premium idêntica à encontrada nas demais unidades produtivas do BMW Group, a empresa trouxe equipamentos de última geração e treinou a equipe que atua na produção dos veículos. Foi criada uma réplica da linha de montagem no centro de treinamento do grupo em Joinville (SC) para simular o ambiente real que esses profissionais encontram na fábrica.

“O coração do nosso centro de treinamento sempre foi a linha de montagem, de modo que toda a nossa equipe fosse qualificada considerando os rigorosos procedimentos do BMW Group. Isso nos permite iniciar a produção respeitando os padrões de qualidade da empresa mundialmente, seja na Alemanha, na China ou no Brasil”, finaliza Gerald Degen, vice-presidente sênior do BMW Group Brasil.

**Helicóptero ou avião?
Na Avantto, você pode ter os dois juntos.**

Ao pensar na sua jornada de viagens, a Avantto criou o **combo avião+helicóptero**, que permite usufruir das duas aeronaves em um único pacote.

Combo

Helicóptero EC120 Colibri para 4 passageiros +
Avião Embraer Phenom 100 para 4 passageiros
a partir de US\$ **725.000,00***

As grandes vantagens do combo:

- Redução do custo fixo em relação às cotas individuais
- Utilização das horas de voo como desejado

Você
à frente
do tempo

Há uma grande diferença entre ser e não ser Avantto.

O prazer de voar em sua própria aeronave,
com segurança, 100% de disponibilidade,
livre de preocupações e por apenas uma fração do custo.
Entre em contato com um de nossos consultores.



• Gestão de Aeronaves

• Propriedade Compartilhada de Aeronaves

55 11 5627-4200 | www.avantto.com.br

*Valor de aquisição de cotas em 1/20 de Julho a 1/20 de Setembro 2015



UMA DOSE FORA DO COMUM

A Black Ops é a cerveja mais exclusiva do portfólio da Brooklyn Brewery. Garrett Oliver, o premiado mestre cervejeiro responsável pelos rótulos da Brooklyn, é referência mundial no setor. Essa preciosidade selada com rolha está à venda por aproximadamente R\$250. www.beermaniacs.com.br



BRINDANDO SEM PREJUÍZO

Coravin Wine Access System é uma ferramenta que permite retirar o líquido da garrafa sem iniciar o processo oxidativo da bebida. A agulha injeta o gás e faz fluir a bebida para a taça, sem que haja contato do conteúdo restante na garrafa com a atmosfera, o que permite a sua conservação. Aproveite uma viagem internacional para adquirir o seu, já que o site do produto ainda não entrega no Brasil. O sistema completo com duas cápsulas custa US\$300. www.coravin.com



ESQUENTADINHA EFICIENTE

O design icônico dos produtos da KitchenAid ganha reforços com a Chaleira Elétrica da Linha Pro Line. O controle de temperatura, que varia entre 50 °C e 100 °C, permite atingir a temperatura ideal para a bebida que quiser preparar. Uma dica: o café fica perfeito quando a água é aquecida a 90°! R\$749 www.kitchenaid.com.br SAC: 4004-1759 (capitais e regiões metropolitanas) e 0800-722-1759 (outras cidades).



OLHAR DIGITAL

O Phantom 2 Vision Plus é um drone capaz de estabilizar automaticamente as imagens captadas, graças ao seu Gimbal com 3 eixos. A câmera, que filma em 1080P, ou seja, em Full HD, também registra por fotos (14MP) incríveis cenas aéreas em voos de até 25 minutos e com ângulo de visão de 140°. Você monitora tudo por um app disponível para IOS ou Android. Essas características transformam o Phantom 2 Vision Plus em um aparelho de Visão em Primeira Pessoa - e com a possibilidade de controle da graduação de inclinação da câmera durante o voo! O alcance do controle é de 1km, tanto na horizontal como na vertical. Resistente, é produzido em plástico sólido de alta qualidade. R\$6.000 na www.dronestore.com.br

ESTILO EM TRÂNSITO

A Global Carry-on 2.0 custa R\$1.399, a Spectra 26 custa R\$1.799, e a Spectra 29 custa R\$1.899 (47 x 75 x 27 cm). As três versões da Spectra são produzidas em polícarbonato puro, desenvolvido pela German Bayer, pertencem à edição limitada Gray Camo, lançada recentemente no Brasil e estão disponíveis em duas opções de cores. www.victorinox.com/br



CONTROLE A SUA CASA COM PULSO HI-TECH

Aplicativo exclusivo para o Samsung Galaxy Gear, que poderá ser adquirido gratuitamente no portal e-commerce da marca. Com poucos comandos, seu home theater estará pronto para um filme, pois as persianas são baixadas, o ar é ligado na temperatura programada, bem como as luzes são apagadas e os equipamentos de áudio e vídeo se preparam para a exibição. www.ihouse.com.br www.samsung.com/br



BOA LEITURA

O novo leitor de e-books da Amazon traz novidades que tornarão a sua leitura de bordo mais confortável e inspiradora. O novo design inclui uma tela com menor ocorrência de reflexos em função da difusão de luz mais intensa. Recém-lançado, o modelo ainda não está à venda no Brasil. US\$199 na Amazon. www.amazon.com



PEDALADA VINTAGE

O divertido Velocino da Abici é fruto do relançamento de um modelo original dos anos de 1930. Seu formato charmoso proporciona uma pedalada ideal para pessoas com diferentes estaturas. O quadro é produzido em aço italiano e revestido com pintura eletrostática. As manoplas são de couro verdadeiro, assim como o selim, que é produzido pela renomada marca Brooks. Preço sob consulta. Grupo Vizsla - Distribuidora www.grupovizsla.com.br



TAMANHO É DOCUMENTO, SIM!

Ainda mais quando se trata de incríveis 105 polegadas. Este é o tamanho da TV UltraHD Curva, recém-lançada pela Samsung. Com tecnologia UltraHD (4K), é o maior televisor do Brasil. Com design curvo, tela panorâmica e traços elegantes, é uma verdadeira obra de arte repleta de funcionalidades. A 105S9W se adapta a qualquer ambiente, podendo até ser colocada presa junto à parede, como um quadro. Com resolução de 5120 X 2160, o produto exibe um conteúdo em tela cheia, ampliando o campo de visão, como nas telas de cinema. O modelo custa a partir de R\$ 499.000,00 e estará disponível a partir de dezembro.



PRATICIDADE À MÃO

A bolsa de mão masculina da francesa Longchamp vai além de um acessório. A coleção, cujo nome remete ao estribo, brinca com materiais, cores e efeitos de luz. O modelo da foto está à venda nas lojas da marca por R\$2.335. www.longchamp.com

ESCRITA PERFEITA

Sua escrita sempre afiada com muito requinte. A versão desk set inclui o lápis perfeito e quatro refis de lápis e borracha, acondicionados em um luxuoso estojo em cedro californiano. À venda nos quiosques Faber-Castell em São Paulo e Brasília, o Lápis Perfeito tem o preço sugerido de R\$ 2.242,50 (desk set). www.graf-von-faber-castell.com.br



PONTUALIDADE REQUINTADA

Glamour sem limites - essa é a proposta desse relógio Armani Exchange. Analógico e confeccionado em rose gold, exibe cristais nos índices das horas, que contrastam harmoniosamente com as texturas dos mostradores na mesma cor da caixa e pulseira. O modelo apresenta formato cronógrafo com função data. Hora de variar do tradicional dourado, mas sem perder o luxo. Preço sob consulta. SAC Grupo Technos 0800 721 0108 www.timecenter.com.br



FASHIONISTA DESCOLADA

Como sempre, desafiando o convencional, a Moschino lançou uma coleção inspirada na Barbie, eterno ícone que atravessa décadas conquistando gerações. Divertida e marcada de pink, traz itens como a bolsa de pele de carneiro, que parece uma jaqueta biker dobrada. De tamanho médio, possui vários bolsos, alça em corrente e é levada no ombro. À venda na Farfetch por R\$ 8230. www.farfetch.com.br



COMPANHEIRO DE VIAGEM

A linha Travel Tailoring da alfaiataria masculina da Burberry é uma ótima opção para quem está em trânsito. Os ternos são feitos de lã italiana Merino e o diferencial está na "Motion Canvas", técnica de produção que permite mais flexibilidade e conforto. Além de proporcionar maior movimento, a técnica cria uma "memória natural" no tecido, para que a sua modelagem seja mantida mesmo se a peça for dobrada ou amassada. Os ternos dessa linha estão disponíveis na modelagem Slim Fit. Preços sob consulta. www.burberry.com

GLAMOUR LONDRINO

Inspirado no charme de uma grande metrópole, o bracelete da coleção Londres Prata traz toda a dramaticidade da capital inglesa. Produzida em prata, quartzo fumê e espinélio, com acabamento polido e banhado em ródio negro, a peça remete à noite londrina e sua iluminada arquitetura gótica, como o parlamento inglês. Disponível nas lojas Vivara por R\$2950. www.vivara.com.br





ALIMENTOS DO BEM

Por Cau Saad

VEJA O QUE NÃO PODE FALTAR NA SUA LISTA DE SUPERMERCADO

Quem nunca ouviu a afirmação “Você é o que você come”? Em tempos em que os cuidados com a alimentação e com o corpo ganham cada dia mais atenção, a frase tornou-se praticamente um mandamento na rotina de quem pratica exercícios físicos e/ou preza pelo bem-estar.

E não é exagero. A alimentação que adotamos reflete em nosso estilo de vida que, por sua vez, será responsável por nossa disposição diária até resultados em longo prazo. Por essa razão, vale a pena prestar atenção no que ingerimos, fazendo escolhas inteligentes.

A preocupação aumenta com a proximidade do verão. Nessa estação, o corpo fica ainda mais em evidência e o cerco aperta contra os quilos extras. As sugestões a seguir são boas opções para serem consumidas tanto sozinhas ou combinadas, potencializando suas funções. Quem lucra é você!

CONHEÇA ALGUNS ALIMENTOS QUE NÃO DEVEM FALTAR NA SUA LISTA DE COMPRAS E CONFIRA AS SUAS RESPECTIVAS AÇÕES:

- **Abacaxi e salsão:** possuem efeito diurético, ou seja, facilitam a perda de líquido corporal e conseqüentemente diminuem o inchaço. Quando associados à ingestão de água e ervas, como o hortelã, mate ou erva-doce, o efeito é potencializado.
- **Água de coco:** fonte de potássio e diversos minerais destaca-se pela ação diurética e também anti-irritante da mucosa do intestino.
- **Agrião:** estimula a digestão e reduz gases. Age também nos rins e bexiga, facilitando a eliminação de líquidos. Fonte de potássio, magnésio e cálcio.
- **Ameixa:** essa fruta contém sorbitol, substância laxante que desintoxica o organismo.
- **Azeite:** diminui a retenção de líquido, abaixa o índice glicêmico e tem poder anti-inflamatório.
- **Beterraba:** suave ação laxante, rica em potássio e betacaroteno.
- **Canela:** auxilia no controle da glicemia em diabéticos, além de ser um alimento diurético.
- **Cenoura:** rica em potássio, tem efeito diurético e funciona como um remédio para a colite, síndrome do intestino irritável e gases.
- **Chás:** (erva-doce, hortelã, menta, camomila, verde, branco, cidreira): aceleram a digestão e reduzem a formação de gases.
- **Ervas:** (alecrim, salsa, coentro, manjeriço) têm ação diurética, ajudam na digestão e aliviam os gases.
- **Especiarias:** (canela, pimenta e gengibre) melhoram a digestão e reduzem os gases.
- **Gengibre:** possui poder anti-inflamatório e é um excelente termogênico (acelerador do metabolismo).
- **Gérmen de trigo:** ótima fonte de proteína, auxilia na perda de peso, pois confere sensação de saciedade.
- **logurte:** reduz gases, prisão de ventre e ajuda na síndrome do intestino irritável, pois regulariza o funcionamento do aparelho digestivo. As bactérias saudáveis eliminam o excesso das nocivas, geradas por maus hábitos alimentares.
- **Limão:** apresenta ação diurética, acelerando a eliminação de líquidos e toxinas pelos rins.
- **Maçã:** reduz a acidez e os sintomas da síndrome do intestino irritável. Seu alto teor de pectina ajuda a acelerar o trânsito intestinal, evitando a formação de gases. Também tem ação diurética, prevenindo a retenção de líquidos.
- **Mamão:** harmoniza o funcionamento do intestino e desincha a barriga.
- **Melancia e Romã:** possuem poderes antioxidantes. Muito estudada pelos cientistas por sua ação firmadora da pele, a romã ainda ajuda no combate ao processo do envelhecimento.
- **Melão, melancia, abacate, banana, manga e pêssego:** riquíssimas em potássio, têm excelente efeito diurético.
- **Pepino:** possui ação diurética, ajudando a perder peso quando há retenção de líquidos e auxilia na eliminação de toxinas. Fonte de diversos minerais como potássio, cálcio, manganês e enxofre.
- **Pera:** suaviza a irritação do trato digestivo, agindo em colites e síndrome do intestino irritável e reduzindo a produção excessiva de gases. Rica em pectina, estimula o intestino. Por ser fonte de potássio, tem boa ação diurética.
- **Quinoa e aveia:** ajudam na formação de colágeno.

CONFIRA QUATRO RECEITAS DE SUCOS PODEROSOS QUE PODEM SER CONSUMIDOS DIARIAMENTE.

Suco para combater a celulite:

1/2 beterraba picada
1/2 colher (sopa) de salsa picada
1 folha de couve picada
1/2 maçã com casca e sem sementes
1 xícara de chá de água gelada
Bata tudo no liquidificador.

Este é um suco energético, diurético e rico em betacaroteno, que deixa a pele mais bonita. Ele também auxilia na circulação, amenizando a celulites.

Suco para manter o bronzeado:

1 copo pequeno de suco de laranja
1/2 beterraba crua
1 cenoura média
Bata a cenoura e a beterraba no liquidificador e depois misture com o suco de laranja.

Essa bebida é rica em betacaroteno, que, quando transformado pelo nosso organismo em vitamina A, auxilia na formação de melanina, responsável por proteger a pele e conferir o bronzeamento.

Suco diurético:

1/4 de melancia sem casca
1 pêssego
1/2 romã

Corte a melancia e o pêssego (com casca) e bata no liquidificador. Coloque a romã sem sementes e mexa.

O suco tem uma ótima ação diurética garantida pelo pêssego e nos potentes antioxidantes encontrados na melancia e na romã.

Suco laxante:

1 fatia de mamão
Suco de 1 laranja
Suco de 1 limão
5 ameixas secas
Bata tudo no liquidificador

O mamão estimula o funcionamento do intestino e desincha a barriga. A ameixa, por sua vez, possui ação laxante e desintoxicante.

Dicas importantes:

Os sucos devem ser ingeridos logo após o preparo para preservar as características nutricionais. Para garantir o efeito, beba ao menos 3 vezes por semana. Evite coá-los para não perder as fibras. Se quiser, acrescente colágeno em pó para ajudar no enrijecimento da pele.



THOMAZ FARKAS, ENTRE HISTÓRIA E EXPERIMENTAÇÃO

Por Luciana Brito

RARIDADES, ACHADOS RECENTES E OBRAS ICÔNICAS COMPÕEM EXPOSIÇÃO DE UM DOS MAIS IMPORTANTES FOTÓGRAFOS DO BRASIL



Fachada lateral do Ministério da Educação e Saúde, Rio de Janeiro, c. 1945

Memórias e descobertas, exposição em cartaz em São Paulo até 9 de janeiro, procura revelar alguns dos principais aspectos da obra de Thomaz Farkas (1924-2011), um dos maiores nomes da fotografia brasileira. Apesar de nascido em Budapeste, Hungria, ele soube como poucos equilibrar uma produção artisticamente consistente e um olhar aprofundado sobre a cultura brasileira.

A mostra guarda, ainda, uma qualidade rara: são apresentados trabalhos inéditos do artista. Isso é incomum porque sua carreira tem sido foco de várias individuais e coletivas antológicas com variados recortes desde os anos 1940, além de um extenso trabalho de pesquisa e preservação realizado pelo Instituto Moreira Salles desde 2007. No entanto, esta seleção, com curadoria de Sergio Burgi e João Farkas, reúne um panorama amplo da obra do artista, com séries importantes juntas pela primeira vez.

Com as experiências formais da série Recortes, o precioso registro da construção e inauguração de Brasília, o delicado arrojado das fotografias do Ballet Russe, além de pérolas de sua antológica incursão documental na cultura brasileira, temos um preciso e representativo panorama de uma das mais importantes produções artísticas brasileiras na fotografia e no cinema.

Apesar de fazer parte de toda uma geração que revolucionou a arte da fotografia no Brasil e no mundo, é impossível ignorar que Thomaz Farkas trouxe uma contribuição artística muito particular, em especial na representação da cultura brasileira – fiel às características do país, mas sem regionalismos vazios, muito cosmopolita e integrada a uma visão ousada que funde pesquisa técnica, experimentação estética e registro documental.

A definição de uma identidade brasileira na cinematografia nacional, a incorporação local das viradas artísticas contemporâneas, a criação de uma cena para a fotografia como arte (e sua profissionalização), a abertura de espaços regulares para artes em diferentes suportes são alguns dos acontecimentos históricos que tiveram participação fundamental de Thomaz Farkas.



Maria Angélica Faccini, Balé da Juventude da UNE, 1947

Sua importância é tão grande e se espalha por tantas áreas quanto sua vida foi rica em experiências e acontecimentos. Thomas Farkas foi artista, professor e pesquisador da fotografia, realizador e produtor cinematográfico, empresário, empreendedor cultural. A mostra também procura dar conta desse caráter multifacetado, que se reflete na qualidade e na complexidade de sua obra.

Serviço

Thomaz Farkas - Memórias e descobertas
Luciana Brito Galeria: Rua Gomes de Carvalho, 842
Até 9 de janeiro de 2015



COMIDA DE RUA

Por Tássia Magalhães

VARIÉDADES PARA TODOS OS BOLSOS E GOSTOS

Quem gosta de comer bem e experimentar novos sabores agora não tem mais desculpas. Depois que o prefeito de São Paulo, Fernando Haddad, sancionou a lei que autoriza o comércio de comida de rua, quem ganhou com a medida foi o público. A cada dia, eventos recheados de comidinhas saborosas com preços acessíveis são criados na capital paulista. Por aqui, é possível encontrar “feirinhas” em ambientes organizados e seguros com pratos que variam de R\$ 5 a R\$ 30. Nem é preciso dizer que, com tantas vantagens, esse tipo de encontro é um chamariz para quem quer realizar um tour gastronômico.

Um dos eventos que mais gosto é o Butantan Food Park (Rua Agostinho Cantu, 47). O lugar é amplo e foi inaugurado em maio deste ano. Com 1.400 m², ele abriga barraquinhas, *foodtrucks*, *trailers* e também mesas para fazer a refeição sentada. Por lá, pode-se encontrar hambúrgueres, massas italianas, crepes, tapiocas, acarajé, comida mexicana, sucos artesanais, vinhos em taças, enfim, muitas opções, o que te obriga a voltar mais de uma vez. Sempre que vou, não saio de lá sem experimentar uma nova combinação de churros da Churros Tentação. O local abre de segunda a quarta, das 11h às 16h, de quinta a sábado, das 11h às 22h e domingos das 12h às 19h.



Outro ambiente que sempre visito é a feira Gastronômica Panela na Rua (Praça Benedito Calixto). Este evento é pioneiro em São Paulo e é um pouco menor, com 400 m², mas apresenta uma variedade gastronômica de qualidade, com mais de 30 opções. Entre elas, estão pratos típicos de regiões brasileiras, sanduíches *gourmets*, opções veganas, doces e bebidas artesanais. Da última vez que fui até lá, experimentei um sanduba do La Vera Porchetta, com pão ciabata, carne suína e limão siciliano. A feirinha funciona às quintas-feiras, das 18h às 22h e nos domingos, das 12h às 18h.

Ainda não consegui conhecer todas as feirinhas, mas aos poucos pretendo visitar outros espaços, como Pátio Gastronômico, Wheelz Gastronomia Urbana, Mercado Pop e O Festival de Comidinhas. Para quem vier ou estiver em São Paulo, vale a pena conhecer esses novos lugares. Se você quiser saber mais informações sobre os sites, acesse: www.pomodori.com.br/blog.



Kodiak 100:

Versátil, confiável e robusto.
Uma aeronave, muitas missões.



Alcance:	1132 nm
Velocidade de Cruzeiro:	185 kt
Distância para Decolagem:	284 m
Distância para Pouso:	205 m
Distância Livre da Hélice:	48 cm
Capacidade:	1 Piloto + 9 Passageiros

O **Kodiak** é mesmo uma aeronave incomparável. Enquanto a maioria se preocupa com o tempo das suas viagens, nós da Quest Aircraft Brasil estamos mais atentos em como podemos levar nossos clientes, de modo seguro, a qualquer lugar. O **Kodiak** tem tudo de que você precisa: potência da turbina, suavidade, facilidade de uso e economia. Sem contar que você pode personalizar vários itens, tais como

compartimento externo de carga, sistema antigelo TKS, Stormscope, Radar Meteorológico, entre outros. E por que confiar num Kodiak? Os **KODIAKS** estão em serviço ao redor do mundo com operadores de fretamento, empresas, operadores privados, grupos de paraquedismo, governos e organizações humanitárias. Conheça o **Kodiak** - uma aeronave, muitas missões.

QUEST
AIRCRAFT DO BRASIL

questaircraft.com.br



ORGULHO NACIONAL

Por Denis Rezende

Já faz quinze anos que dedico boa parte de minha vida ao aprofundamento do conhecimento do mundo dos vinhos. Com isso, hoje digo de boca cheia e com muito orgulho que os vinhos espumantes brasileiros são excelentes, em que tais produtores nacionais elaboram uma bebida perfeita para combinar com o clima e a nossa rica paisagem. Um líquido que, ao mesmo tempo em que refresca e pode ser bebido facilmente, tem caráter único sem perder a alegria. Com belo visual, o espumante é o vinho mais versátil à mesa, acompanhando vários tipos de pratos, mesmo aqueles da substanciosa culinária brasileira, preparados com ingredientes de uma harmonização mais complexa.

Cada vez mais importante para os produtores e vinícolas nacionais, o espumante vem atingindo médias de qualidade bem superiores a qualquer outro país vizinho da América Latina. Também os considero tecnicamente muito superiores à média dos Proseccos de origem italiana, que inundam a oferta no mercado. Arrisco em repetir o que li em um artigo de um profissional do ramo há pouco tempo: que a história da moda dos Proseccos parece sucessora das garrafas azuis germânicas que aportaram no país na década de 1980. Quantas vezes não peguei um espumante nacional, servi em eventos em meu restaurante e me perguntaram qual era o produtor italiano daquele Prosecco. Assim, começo a dissertar sobre o valor de nossos espumantes, muitas vezes no mesmo dia.

Como nada é por acaso, regiões do mundo que têm carência de sol e luminosidade, são propícias à produção de espumantes secos, pois essa escassez dificulta o amadurecimento

das uvas, o que é um problema para os vinhos brancos e tintos de mesa. Uvas não totalmente maduras e acidez do solo resultam em vinhos de pouco corpo, baixo teor alcoólico e acidez elevada, o que se transforma em qualidade aos espumantes.

O monge beneditino Dom Pérignon na região francesa de Champagne foi um dos pioneiros a perceber onde o clima e o solo não se prestavam à produção de tintos encorpados ou de brancos macios com taninos mais maduros. O religioso rompeu com o paradigma de produzir vinhos tradicionais, transformando as desvantagens da região em qualidades. Nascia assim uma das mais nobres bebidas do mundo, o Champagne.

A falta de estrutura e de teor alcoólico dos vinhos feitos no sul do Brasil, em regiões onde o clima dificulta o perfeito amadurecimento das uvas, é plenamente compensada pela segunda fermentação à qual eles são submetidos. Geralmente, espumantes provenientes de regiões muito quentes são desinteressantes, pastosos e com falta de frescor. Os originários de regiões de clima mais ameno são beneficiados com uma maior acidez, sendo nervosos e vivos. É este o motivo pelo qual os espumantes nacionais são, em geral, superiores aos chilenos e argentinos. Essas condições ideais, aliadas à moderna tecnologia, são encontradas na Serra Gaúcha, de onde provém a quase totalidade dos vinhos finos brasileiros. É lá que está o circuito de cidades vitivinícolas mais importantes do país: Garibaldi, Bento Gonçalves, Monte Belo do Sul, Farroupilha, Flores da Cunha e Caxias do Sul.

Garibaldi, a 115 km de Porto Alegre, é conhecida como a capital do espumante, por seu pioneirismo e por concentrar grande parte da produção nacional. A vinícola Peterlongo, estabelecida na região em 1889, foi a pioneira a produzir a bebida em terras brasileiras. Em 1913, Manoel Peterlongo utilizou o método tradicional francês Champenoise para elaborar as primeiras garrafas. O produtor, que atualmente engarrafa cerca de 10 milhões de litros de bebida ao ano, teve seu exemplo seguido por outras empresas da região do circuito de cidades vitivinícolas.

A francesa George Aubert, estabelecida no Brasil em 1953, figura entre as mais tradicionais. Fundada em 1973, foi a responsável pela introdução no País dos espumantes do tipo Asti. Respeitado enólogo, Adolfo Lona, após cinco meses de residência na Itália, lançou em 1978 o "Asti Martini", que alcançou grande sucesso nos anos 1980. O espumante doce, cuja produção foi interrompida em 1986 devido à crise pós-Plano Cruzado, voltou ao mercado com o nome "Moscatel Espumante De Gréville".

A multinacional de maior importância a investir no espumante brasileiro é a francesa Moët & Chandon, tradicional líder no mercado mundial de Champagne. A gigante de Epernay aportou em Garibaldi, em 1973, por considerar o grande potencial para a produção de espumantes da região. Sob o comando do competen-

te enólogo Philippe Mével, a Chandon do Brasil produz o que, para muitos, é o melhor vinho brasileiro, o "Excellence par Chandon Brut Reserve".

Não se pode falar em espumante brasileiro sem mencionar o nome de Mário Geisse. O engenheiro agrônomo chileno veio para o Brasil em 1976, justamente para desenvolver os produtos Chandon. Três anos depois, Geisse se associou ao também engenheiro agrônomo, o argentino Luís Catena, e fundou a Vinícola Cave de Amadeu. A casa é a grande especialista na produção nacional pelo método Champenoise, dá consultoria e terceiriza a produção de outras vinícolas brasileiras. Seu vinho top, o Cave Geisse, é um clássico entre os espumantes nacionais.

Produtores tradicionais também revelaram talento para a produção de espumantes finos. A Cooperativa Vinícola Aurora, fundada em 1931, é um gigante com capacidade de produção de cerca de 70 milhões de litros. A empresa tem ampliado constantemente sua linha de espumantes, cuja produção já ultrapassa um milhão de litros ao ano. A Vinhos Salton, fundada em 1910, é o líder do setor hoje em volume de vendas de espumantes, que já representam cerca de 25% de seu faturamento. As linhas Salton Volpi, Prosecco, Reserva Ouro e Évidence Champenoise já têm qualidade reconhecida em concursos internacionais. Mas a empresa que tem mostrado a linha com qualidade média mais consistente é a Casa Valduga: todos os seus espumantes são muito bons. Esta casa, fundada em 1973, possui o Extra Brut Gran Reserva Excellence, de muita personalidade, e um rosado. Outros nomes também se tornaram garantia de boa perlage, como a Miolo com Brut Millésime das uvas Chardonnay e Pinot Noir feito apenas em safras excepcionais colhidas manualmente em Garibaldi, Dal Pizzol, Don Giovanni e Don Laurindo e Rio Sol também com um espetacular rosé da uva Shiraz e, ao que tudo indica, outros os seguirão.

Hoje, quase todas as boas vinícolas brasileiras produzem pelo menos um espumante. Vários desses rótulos possuem qualidade, uma consistência provada através dos anos. Assim, pode-se afirmar com segurança: os espumantes representam a grande vocação brasileira em vinhos.



PESSOAL E INTRASFERÍVEL

Por Bia Paes de Barros/ Fotos Agência Fotosite

Mais uma temporada de desfiles se encerra em uma edição que marca os vinte anos da São Paulo Fashion Week. E a pergunta que fica está sempre relacionada ao que veremos nas vitrines, claro! Nesse caso, mais especificamente nas vitrines do nosso quase inverno, fato que faz o universo de especialistas da área listarem seus itens "fashionistamente" chamados de must haves e deixam consumidoras ávidas pelo momento em que se dará de forma harmoniosa esse encontro com suas peças-desejo. Cenário perfeito para criadores e compradores se não fosse a rapidez como tais fatos acontecem fazendo, muitas vezes, o efeito contrário. A chamada slow fashion. Nada mais, nada menos (literalmente) que o não consumo das novidades da temporada, que a não busca pelo que "está na moda", que a não vontade de acompanhar esse ritmo frenético do fast fashion.

O movimento, que iniciou com o princípio de trazer ao grande público roupas quase inacessíveis de grandes marcas, parece agora excluir, mais do que incluir. Uma exclusão por opção. Uma exclusão por não acreditar mais que esse consumo desenfreado seja um caminho interessante. Afinal, nunca se falou tanto sobre moda sustentável.

Um assunto que para alguns – eu me incluo nessa turma - tem até um ar meio "hipongo", de peças vintage, tricôs feitos à mão e roupas com jeitão artesanal, na verdade, não passa do tão discutido consumo consciente. Aquele menos impulsivo, mais pensado e que nos faz perguntas básicas, como: "Eu preciso disso?" ou "Será que já não tenho uma peça parecida novinha no meu armário?".

Não se trata de ir contra o prazer das compras e sim de ser a favor da desaceleração do consumo pelo consumo. Essa parece ser uma das grandes tendências da temporada. E, se pensarmos bem, esse movimento pode trazer de volta uma característica pra lá de especial: o estilo. Porque, se tem algo que anda no sentido contrário ao fast fashion, é ele.



Ter estilo é investimento a longo prazo, vai além dos must haves (a não ser que algum deles tenha a sua cara), acompanha você ao longo da vida, em qualquer idade ou métrica de balança. Como já dizia Yves Saint Laurent, designer francês que fez história com seus vestidos Mondrian, "A moda passa, o estilo fica". Fato!

Agora, resta-nos lidar com essa eterna contradição. Moda versus estilo? Acredito que não. Um não sobrevive sem o outro. A indústria das tendências trabalha para desenvolvermos nosso estilo. O circo fashion fará parte do dia a dia mesmo sem querer. É forma de expressão, é cultura.

Por esse e tantos outros motivos, e ao final de mais uma temporada de desfiles como mencionei no início dessa coluna, a moda precisa se manter latente. Mas, agora, sob novos olhares. Um olhar mais inteligente, de desejos pessoais e intransferíveis. Mesmo que eles sejam o hit da estação.

www.biapaesdebarros.com.br





Josef veste Ermenegildo Zegna



Josef veste Ermenegildo Zegna



Josef veste Ermenegildo Zegna

Ficha técnica

Produção de Moda: Viviane Lago
 Fotógrafo: Glauber Serafim
 Modelo: Josef Lauvers
 Beleza: Lourdes Amaral Paz Pinto

Consuma com estilo, não com excesso. Produto destinado a maiores de 18 anos. Se beber não dirija.

BELVEDERE
 VODKA

UNFILTERED
 · Rare Diamond Rye ·

DISTILLED AND BOTTLED BY
 POLMOS ZYRARDÓW IN
 POLAND

ÚNICA.
 INCOMPARÁVEL.
 NÃO FILTRADA.

CUIDADOSAMENTE ELABORADA COM
 O RARO CENTEIO DIAMANTE DE
 DANKOWSKIE. NÃO FILTRADA, UM
 EXCEPCIONAL E RICO SABOR PARA
 OS APRECIADORES DA VODKA EM
 SEU ESTADO NATURAL.

A VODKA PARA OS **BAIXADORES DE WHISKY.**
Esquire Magazine



64^{FLY}

ONE YACHTS
COMERCIAL

Florianópolis (48) 3878 6800
Porto Alegre (51) 3388 6800

Balneario Camboriú (47) 3368 6870
São Paulo (11) 3181 4697

Curitiba (41) 3077 0611
Guanabara (13) 9 9794 2035



56 FLY



52 FLY



45 FLY

LINHA Absolute 2015/2016

- NAUTICA 50 58
- FLY 40 45 48 52 56 60 64 72
- PORT FLI 60
- SPORT YACHT 40 45 48 56 64
- SPORT LINE 40

● Recém Lançados ● Lançamentos 2016

A ONE Yachts é revenda exclusiva da linha italiana Absolute Yachts para todo o Brasil.
Fale com nossos consultores e conheça a maior novidade náutica de 2014/2015.

ONE YACHTS

www.ONEyachts.com.br

ABSOLUTE

www.absoluteyachts.com

NA MAIOR FEIRA DE AVIAÇÃO DA AMÉRICA LATINA, A AVANTTO RECEBEU EM SEU ESPAÇO CLIENTES, PARCEIROS E FUNCIONÁRIOS DOS DIAS 12 A 14 DE AGOSTO NO AEROPORTO DE CONGONHAS.



1 - Rogério Andrade, Julian Sedlmayr, Fernando Vorrath e Sergio Webber
 2 - Ruggero Mango e Rudy Gatolin
 3 - Bruno Pereira, Emiliano Leipnitz, Andrea Delatorre, Luciana Costa, Hebert Heldet, Diogo Albaneze e Renato Otte
 4 - Olivia Prado
 5 - Cynthia Tamburini, Fabia Castro, Mauro Miranda, Christianne Leon
 6 - Ricardo Pinto, Catalina Martinez, Rafael Gonzalez, Sorah Daih, Antonio A. De Almeida Magaldi
 7 - Giampiero Colognori Jr, Olivia Prado e Fernando de Nunez
 8 - Diego Gomes, Olivia Prado e Paulo Cantolli
 9 - Fernando Vorrath, Marcelo Campos, Kelly Pereira e Bianca Nascimento
 10 - Olivia Prado, Mauro Miranda e João Macdowell
 11 - Rogério Andrade, Mariana Coelho, Mauro Miranda, Olivia Prado, Manoel Assunção Jr, Daniel Dias e Bruno Pereira

AV
SOCIAL PRATA POLO

O PRATA POLO REUNIU PARCEIROS E AMIGOS PARA A APRESENTAÇÃO DOS PATROCINADORES DO TIME: AVANTTO, BMW, DILETTO, CAVALERA E JAEGUER LE COULTRE, DIA 25 DE SETEMBRO NO LOUNGE ONE – JK IGUATEMI.



1 - Carolina Moura e Claudio Zuicker
 2 - Cesar Prata e Kika Prata
 3 - Fabio Meneghini, Marcelo Buarque, Felipe Prata, Pedro Zacharias, Rogerio Andrade e Denis Onishi
 4 - Luiz Lima
 5 - Giovanni Caldas
 6 - Heloisa Cruz
 7 - Jacques Fernandes e Fernananda Fernandes
 8 - Cid Prata e Neusa Prata
 9 - Mariana Coelho
 10 - Mauro Miranda
 11 - Otavio Cintra e Roberta Cintra
 12 - Rogerio Andrade e Olivia Prado
 13 - Vera Mawf, Emil Beiruti e Maria Heii

UMA AERONAVE PARA CHAMAR DE SUA

DA COMPRA À GESTÃO DE SUA AERONAVE, A AVANTTO TE AUXILIA
EM TODO O PROCESSO PARA VOCÊ TER SEU PRÓPRIO AVIÃO.



GULFSTREAM G550

Ano: 2008
Número de série: 5203
Horas voadas: 4.174
Passageiros: 18



DASSAULT FALCON 7X

Ano: 2008
Número de série: 03
Horas voadas: 1.161
Passageiros: 14



BOMBARDIER CHALLENGER 605

Ano: 2012
Número de série: 5847
Horas voadas: 1.096
Passageiros: 12



GULFSTREAM G550

Ano: 1997
Número de série: 7164
Horas voadas: 20.253
Passageiros: 19



BOMBARDIER CHALLENGER 300

Ano: 2003
Número de série: 20006
Horas voadas: 5.788
Passageiros: 9

Para maiores informações, entre em contato com um consultor no telefone: **11 5627-4200**.

LAPIDAMOS O MERCADO PARA LEVAR A VOCÊ AS VERDADEIRAS JOIAS.



LOPES
IMÓVEL A



PROGRAME O SEU PRÓXIMO FINAL DE SEMANA

CONFORTO E RELAX ESTÃO A APENAS UM VOO DO SEU ALCANCE. É SÓ ESCOLHER A SUA PRÓXIMA PARADA. REUNIMOS ALGUNS EXCELENTE LUGARES, QUE POSSUEM HELIPONTOS, PARA QUE VOCÊ POSSA DESFRUTAR AO MÁXIMO AS SUAS HORAS DE LAZER SEM SE PREOCUPAR NEM ESTRESSAR COM TRÂNSITO. AFINAL, VOCÊ MERECE



BOTANIQUE HOTEL & SPA

Se Campos do Jordão tem ares europeus, o Botanique Hotel & Spa exalta a brasilidade. Por todos os cantos, da mobília à decoração, assim como a carta de cervejas e vinhos são de procedência nacional - a gastronomia também é brasileira e contemporânea, elaborada com os mais frescos ingredientes. O hotel preza ainda pela privacidade e dispõe de apenas seis quartos e onze bangalôs. Nesse sofisticado ambiente, ainda são oferecidos tratamentos estéticos inéditos - tudo para proporcionar o bem-estar e uma autêntica experiência aos visitantes.

Coordenadas 22°46'42" 45°39'44"

Opera do Nascer ao Pôr do sol - Diariamente



LAKE VILLAS

A aproximadamente 130 quilômetros de São Paulo, o Lake Villas Charm Hotel está localizado na cidade de Amparo. O Hotel é para pessoas ligadas à natureza e que procuram um lugar tranquilo para descansar e relaxar. O hotel está em uma área de 170 alqueires, com doze lagos, duas cachoeiras, e lindas paisagens. O objetivo do Lake Villas é proporcionar ao indivíduo um tratamento personalizado para ajudá-lo a equilibrar e rejuvenescer não só o corpo, como também a mente.

Coordenadas 22°47'36" 46°49'28"

Opera do Nascer ao Pôr do Sol - Diariamente



SOFITEL JEQUITIMAR

Localizado na praia do Guarujá, próximo de São Paulo, o Sofitel Jequitimar tem uma vista deslumbrante para o mar. O projeto arquitetônico com prédios baixos dá destaque à beleza natural da região. O Spa oferece tratamentos de beleza e para a pele, tudo de frente para o mar. Dentre seus cinco restaurantes, destaca-se o Les Epices, que oferece uma fusão de sabores da culinária francesa com o melhor e mais refinado da gastronomia nacional. Aos sábados, no Brisa, o prato principal, a feijoada, vem acompanhada de chorinho ao vivo.

Coordenadas 23°58'6" 46°11'14"

Opera das 8h às 22h - Diariamente



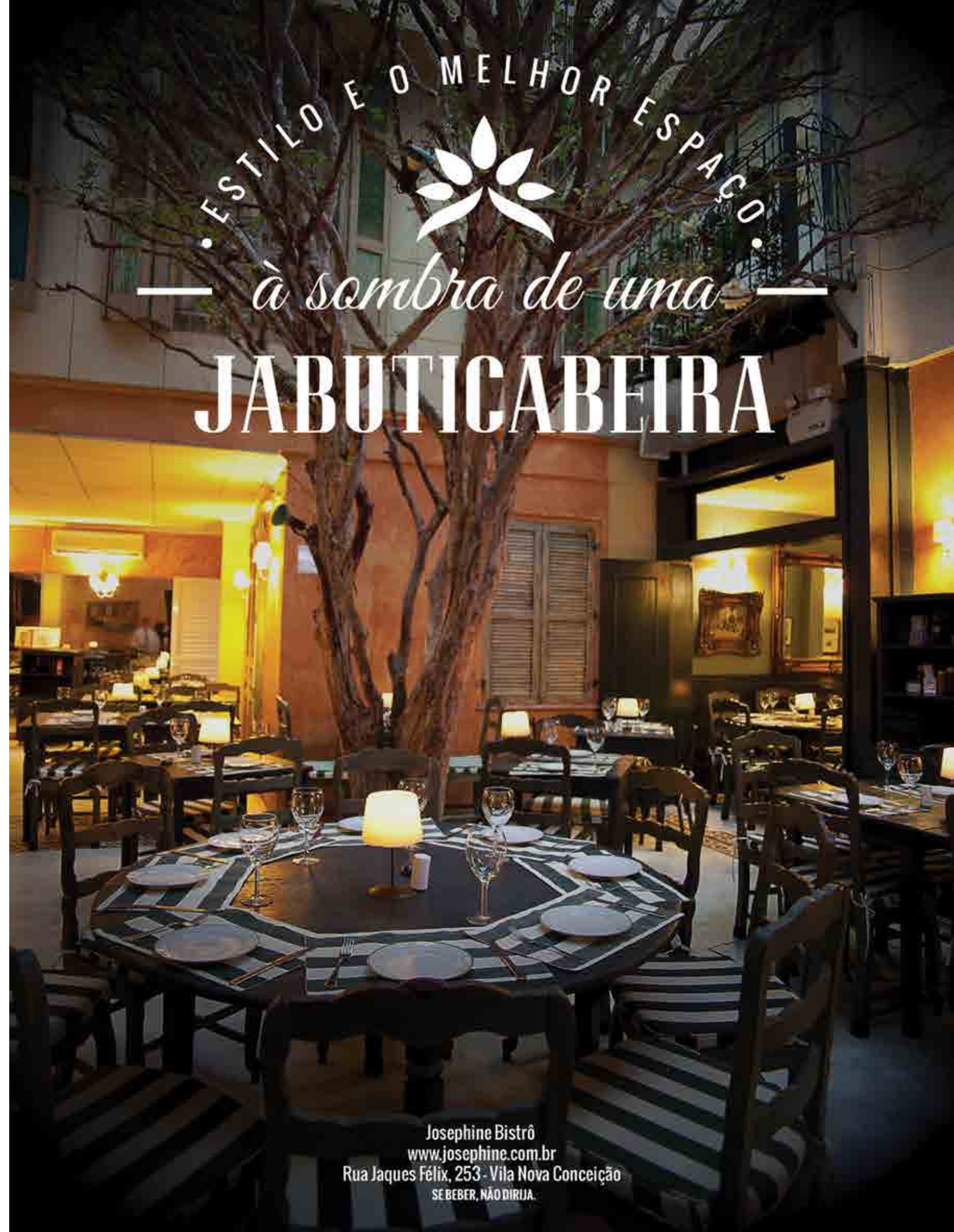
INSÓLITO BOUTIQUE HOTEL

Apaixonada pelo Brasil, a proprietária francesa do Insólito seguiu uma proposta diferenciada, criativa e sofisticada, com grande enfoque em design e apelo cultural. Totalmente integrado à natureza e de frente para a belíssima praia da Ferradura, em Búzios, cada quarto e suíte deste hotel possui decoração única, com elementos que enaltecem a cultura brasileira.

Coordenadas 22°46'20" 41°52'97"

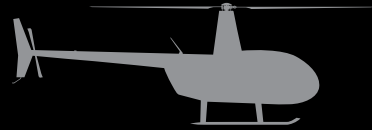
Opera das 9h às 17h - Diariamente

Serviços: Teresa Perez Tours - www.teresaperez.com.br



ESTILO E O MELHOR ESPAÇO.
— *à sombra de uma* —
JABUTICABEIRA

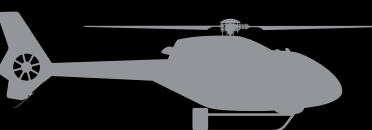
Josephine Bistrô
www.josephine.com.br
Rua Jaques Félix, 253 - Vila Nova Conceição
SE BEBER, NÃO DIRIJA.



Robinson R44

Fabricante: Robinson
 Lugares (piloto + pax): 1 + 3
 Velocidade de cruzeiro: 210 km/h
 Alcance: 620 km

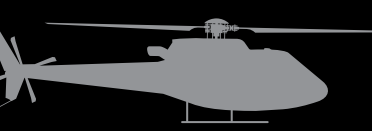
O excelente custo/benefício do Robinson R44 justifica o título de helicóptero mais vendido do mundo. Prático, ágil, perfeito para movimentação em grandes cidades, tem preferência dos executivos.



EC 120 Colibri

Fabricante: Eurocopter
 Lugares (piloto + pax): 1 + 4
 Velocidade de cruzeiro: 227 km/h
 Alcance: 672 km

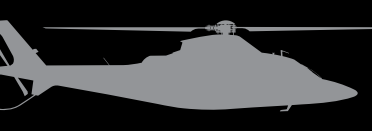
Quando as portas se fecham e o Colibri decola, você entende porque ele é considerado o helicóptero mais silencioso do mundo. O design arrojado e a cabine espaçosa garantem excelente visibilidade.



AS350 B3 Esquilo

Fabricante: Eurocopter
 Lugares (piloto + pax): 1 + 5
 Velocidade de cruzeiro: 246 km/h
 Alcance: 596 km

A versão de alta performance da família Esquilo, um dos maiores sucessos de venda em todo o mundo. Confortável, seguro e o mais veloz. Opera em condições extremas de altitude e temperatura.



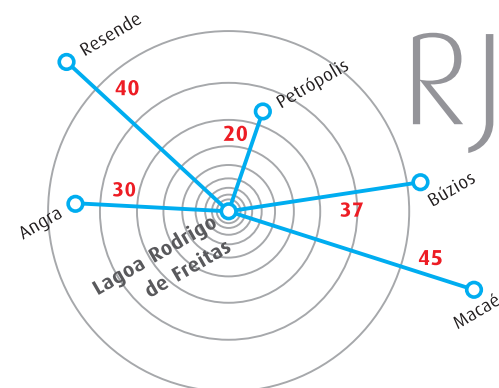
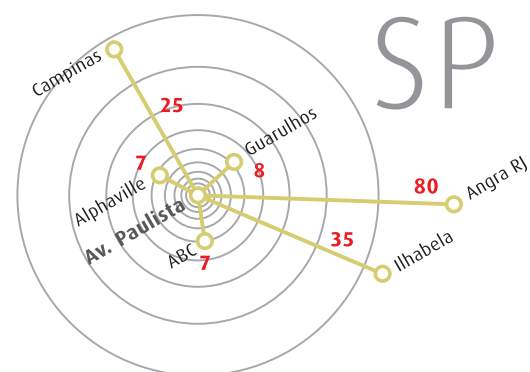

Agusta A109E Power

Fabricante: Eurocopter
 Lugares (piloto + pax): 2 + 6
 Velocidade de cruzeiro: 282 km/h
 Alcance: 930 km

Oferece os mais altos níveis de sofisticação e desempenho. Com design interno arrojado, possui uma espaçosa cabine, as amplas janelas oferecem maior visibilidade para você curtir o seu voo. Graças à sua versatilidade, voa em condições meteorológicas adversas.

CONFIRA O TEMPO DE ALGUNS TRAJETOS VOANDO EM SEU PRÓPRIO HELICÓPTERO


TEMPO EM MINUTOS

Phenom 100

Fabricante: Embraer
 Lugares (piloto + pax): 2 + 4
 Velocidade de cruzeiro: 722 km/h
 Alcance: 2.182 km
 Comprimento da cabine: 3,35m
 Altura cabine: 1,50m
 Largura cabine: 1,55m
 Capacidade bagagem: 190kg

A melhor opção do mercado na categoria jato leve, o Phenom 100 tem estilo, desempenho e conforto. Considerado o mais rápido, com maior capacidade de bagagem, a cabine mais confortável e um baixo nível de ruído, o jato está entre os preferidos de executivos. O jato é capaz de voar, sem escalas, de São Paulo e Rio de Janeiro para as principais capitais brasileiras.



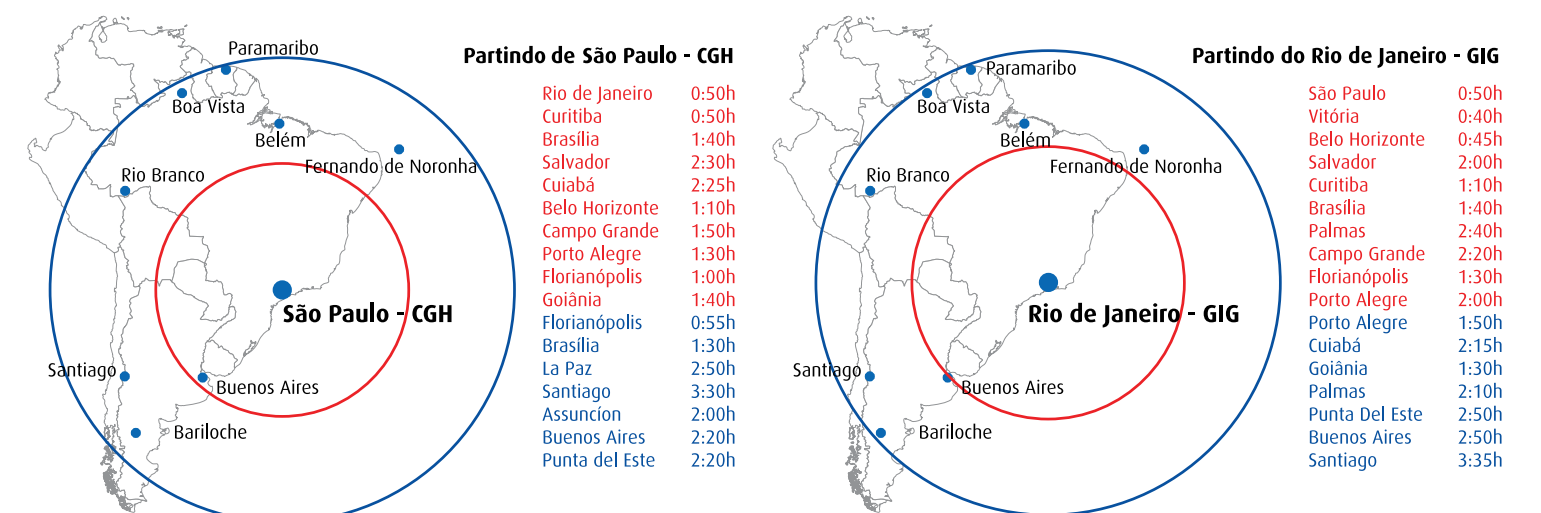
Phenom 300

Fabricante: Embraer
 Lugares (piloto + pax): 2 + 7
 Velocidade de cruzeiro: 839 km/h
 Alcance: 3.650 km
 Comprimento da cabine: 5,23m
 Altura cabine: 1,50m
 Largura cabine: 1,55m
 Capacidade bagagem: 240kg

Com linhas futuristas e acabamento luxuoso, o Phenom 300 é um jato de exclusividade e conforto. Sua cabine foi projetada pela Designworks USA, empresa do grupo BMW. O jato é capaz de voar sem escalas de São Paulo e Rio de Janeiro para as principais capitais brasileiras e latino-americanas.

CONFIRA O TEMPO DE ALGUNS TRAJETOS VOANDO EM SEU PRÓPRIO AVIÃO.

■ Phenom 100 ○ Range Phenom 100
 ■ Phenom 300 ○ Range Phenom 300





DESTINATION	TIME	STATUS
BRASILIA	0940	CANCELADO
SALVADOR	1015	ATRASADO
BUENOS AIRES	1030	CANCELADO
CURITIBA	1050	CANCELADO
MONTEVIDEO	1120	ATRASADO
MANAUS	1130	ATRASADO
PORTO ALEGRE	1235	CANCELADO

Fique com o lado bom de voar.

1 viagem a negócios
e 2 horas de atraso no aeroporto.

2 viagens a negócios,
1 jantar em família
e tempo para brincar com as crianças.

Você
à frente
do tempo

Há uma grande diferença entre ser e não ser Avantto.

O prazer de voar em sua própria aeronave,
com segurança, 100% de disponibilidade,
livre de preocupações e por apenas uma fração do custo.
Entre em contato com um de nossos consultores.



AVANTTO
Administração de Aeronaves

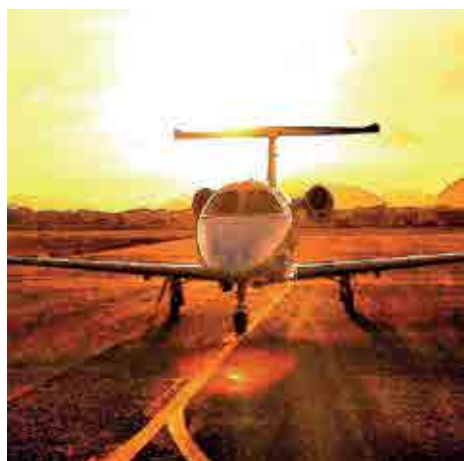
• Gestão de Aeronaves

• Propriedade Compartilhada de Aeronaves

55 11 5627-4200 | www.avantto.com.br



Confira a vista privilegiada que só quem está nas alturas tem. Veja de perto a beleza e inspiração que a natureza nos reserva, proporcionando a cada dia um novo espetáculo. Do nascer ao por do sol, sempre em busca de novos horizontes, sempre Avanto.



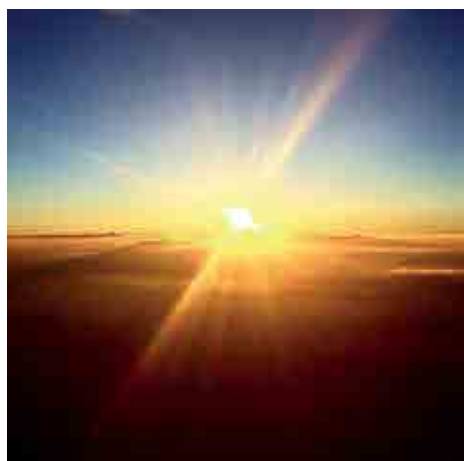
Emiliano Leipnitz
@leipnitz86



Jose Henrique
@josehenriquepiloto



Glauco Barreto
@glaucoarreto



Luiz Amaral
@lamarula



Fabio Elsas
@fabioelsas



Jose Henrique
@josehenriquepiloto



Leonardo Rebuffo
@leonardorebuffo



Marx Ferreira
@marx_ferreirinha



UM BANCO COM ESTRUTURA GLOBAL QUE
OFERECE UM RELACIONAMENTO PRÓXIMO.

PRIVATE BANKING

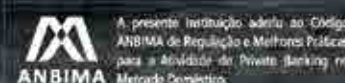
No Santander Private Banking, você tem um profissional dedicado e uma equipe de especialistas que apoiam você na gestão de toda sua vida financeira, como em investimentos, financiamentos e conta-corrente, avaliando e recomendando as opções mais adequadas a partir das suas necessidades. É mais agilidade e eficiência com a solidez de um banco que atua no mundo há mais de 150 anos.

Para questões do dia a dia, ligue das 8h às 24h, 365 dias por ano, para a Central Private Direto: 3003-7750 (principais capitais), 0800-723-7750 (outras localidades) e 55 11 3553-4156 (ligações do exterior).
santander.com.br/privatebanking
SAC: 0800-762-7777 | Ouvidoria: 0800-726-0322



santander.com.br

um banco para suas ideias



Ermenegildo Zegna

ZEGNA.COM

