



# AVANTTO

LIFESTYLE MAGAZINE





O avião leva você  
mais longe.  
O Leasing Bradesco  
deixa você mais perto  
da sua conquista.

## Leasing Bradesco

Conheça as condições exclusivas para você  
adquirir seu avião, helicóptero ou barco.

**Fale com seu Gerente ou ligue para 0800 273 3486.**  
[leasingbradesco.com.br](http://leasingbradesco.com.br)



**Bradesco**  
Pra frente.



## UM NOVO PROPÓSITO

Sustentabilidade sempre foi um tema valioso para a **Avantto**. Desde o ano zero da companhia nos preocupamos em planejar rotas mais curtas e sobrevôos a maior altura, exatamente para diminuir o tempo do trajeto e a resistência do ar, reduzindo o consumo de combustível. Mas, agora, resolvemos ir à fundo nesta questão. Em junho, a companhia lançou uma iniciativa inédita na aviação executiva do Brasil: o projeto **Avantto Carbon Offset**.

Trata-se de uma parceria com a multinacional britânica de combustíveis AirBP, para a compensação do CO2 gerado pela nossa frota. A meta é neutralizar um milhão de litros de querosene nos primeiros 12 meses. Em termos práticos, para se retirar todo este volume de CO2 da atmosfera seria necessário o trabalho de 175 mil árvores “filtrando o ar”. Não é pouco.

Esta compensação virá por meio de créditos de carbono adquiridos de projetos sócio-ambientais no Brasil, e que integrarão a plataforma BP Target Neutral, já efetiva em outros países do mundo. Contamos os detalhes desta parceria nesta edição que, aliás, está toda focada em novos propósitos que estão transformando pessoas e empresas.

Pergunto à você: o que é ser *cool* hoje em dia? O termo ganhou força lá atrás, ainda nos anos 1940, pelo lendário saxo-

fonista Lester Young. *Cool*, então, era um jeito mais tranquilo e harmonioso de se tocar o estilo jazz, algo que ele chamou de “*cool jazz*”. Em uma leitura atual, diante de uma rotina frenética que vivemos, *cool* é também um lifestyle mas leve, que resulte em mais **tempo** para curtir a vida.

Esta é uma mudança no comportamento que tem feito empresas mudarem as suas estratégias para atender a uma demanda que prioriza valores como a **autenticidade**, propósito, conectividade e sustentabilidade. Fazemos esta interessante abordagem em nossa matéria principal.

Falamos também do crescimento no mercado de carros elétricos; temos dicas de consumo sustentável; um roteiro de viagem que destaca a mobilidade na Dinamarca; e uma visita à uma rede de hotéis chilena que apostou no filão “luxo + aventura” para atrair turistas ávidos por **experiências** repletas de adrenalina.

Experiência, autenticidade e tempo. Nada mais Avantto do que isso. Boa leitura.

**ROGÉRIO ANDRADE**  
CEO Avantto

### EXPEDIENTE

ANO III / Nº 14 AGOSTO 2018

**CEO**  
ROGÉRIO ANDRADE

**PRODUÇÃO DE CONTEÚDO**  
LUXURY CONTENT & CONSULTORIA

**JORNALISTA RESPONSÁVEL**  
FABIANO MAZZEI

**MARKETING**  
JULIANA LIMENA  
REGINA SANTOS


**COLABORARES**  
CAU SAAO, DIEGO REVOLLO, FREDDY RABBAT,  
GUSTAVO FRANCO, MARCELO FERNANDES, NICOLA  
CALICCHIO, THÁIS JUNQUEIRA E TOMAS PEREZ

**PROJETO GRÁFICO**  
EMERSON LUIS CAÇÃO

**PRODUÇÃO GRÁFICA**  
MUNDIAL GRÁFICA

**CONTATO**  
MARKETING@AVANTTO.COM.BR

**REDES SOCIAIS**  
@AVANTTOOFICIAL  
/AVANTTO  
/AVANTTO ADMINISTRAÇÃO DE AERONAVES  
/CANAL AVANTTO



# Seja o senhor do seu tempo e fique apenas com a melhor parte

Com a propriedade compartilhada de aeronaves da Avantto, você tem 100% de disponibilidade, livre de preocupações e por apenas uma fração do custo.



Certificado



Nível II

Multiplicar o tempo dos nossos clientes através do prazer de voar em sua própria aeronave, com segurança, 100% de disponibilidade, livre de preocupações e por apenas uma fração do custo.

• Propriedade compartilhada  
• Gestão inteligente • Compra e venda de aeronaves.

AVANTTO.COM.BR | +55 11 5627 4200



# Índice

46

**MODA**

ELEGÂNCIA  
E FEMINILIDADE  
À BORDO





---

## BUSINESS

- 10** ENCONTRO TREND & BUSINESS
  - 14** PERFIL: RAFAEL BARBERO
- 

## STYLE

- 18** ESPECIAL: O QUE É SER COOL?
  - 24** CONSUMO SUSTENTÁVEL
  - 28** CARROS ELÉTRICOS EM ALTA
  - 32** VINHOS ORGÂNICOS
  - 40** ESPORTE: PORSCHE CUP 2018
- 

## TRAVEL

- 54** FELICIDADE EM COPENHAGEN
  - 60** GRUPO TIERRA HOTEIS
  - 66** HOTSPOTS
- 

## AERO

- 74** VÔO DO FUTURO
  - 78** EBACE 2018 — SUÍÇA
  - 82** AVANTTO CARBON OFFSET
- 

## MUNDO AVANTTO

- 84** COMPARTILHAMENTO
- 86** NOSSA FROTA
- 88** SOCIAL AVANTTO
- 90** INSTAGRAM @AVANTTOOFICIAL

# Opinião

**GUSTAVO FRANCO**  
ECONOMISTA  
E SÓCIO FUNDADOR DA RIO  
BRAVO INVESTIMENTOS  
E EX-PRESIDENTE DO BANCO  
CENTRAL APONTA OS RUMOS  
DA ECONOMIA.  
Pag. 12



**LUIS GIOLO**  
DIRETOR DA CONSULTORIA  
EGON ZEHNDER NO BRASIL,  
É ESPECIALISTA NAS ÁREAS DE VAREJO  
E CONSUMO. AQUI, FAZ SUA ANÁLISE  
DO COMPORTAMENTO PROFISSIONAL  
DE CEOS E PRESIDENTES DE EMPRESAS.  
Pag. 16



**MARCELO FERNANDES**  
EMPRESÁRIO, GOURMET E SÓCIO  
DOS RESTAURANTES ATTIMO,  
KINOSHITA E CLOS DE TAPAS,  
EM SÃO PAULO, ELE FALA SOBRE  
ALTA GASTRONOMIA.  
Pag. 36



**FREDDY RABBAT**  
PRESIDENTE DA ABRAEL  
(ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
EMPRESAS DE LUXO) E BRAND  
MANAGER DA TAG HEUER, ELE FALA  
SOBRE O LUXO NO BRASIL.  
Pag. 26



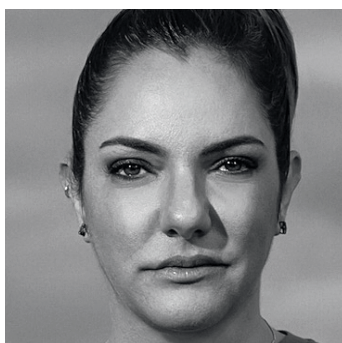
**TOMAS PEREZ**  
À FRENTE DA TERESA PEREZ  
TOURS, O PRESIDENTE DA  
EMPRESA, ECONOMISTA E  
PUBLICITÁRIO COMENTA SOBRE  
AS TENDÊNCIAS DO TURISMO.  
Pag. 70



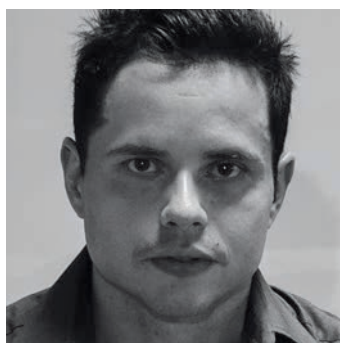
**JOSÉ MARIO CAPRIOLI**  
PRESIDENTE EXECUTIVO DA HOLDING  
AZUL S.A, EXPERIÊNCIA DE MAIS DE  
15 ANOS NO SETOR AÉREO, FUNDADOR  
DA TRIP LINHAS AÉREAS, ALÉM  
DE EXERCER A POSIÇÃO DE RESIDENTE DO  
CONSELHO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DAS EMPRESAS AÉREAS (ABEAR)  
Pag. 76



**CAU SAAD**  
PERSONAL TRAINER E ESPECIALISTA  
EM NUTRIÇÃO ESPORTIVA,  
ELA TRAZ DICAS SOBRE COMO  
CUIDAR DO CORPO E TER  
UMA VIDA MAIS SAUDÁVEL.  
Pag. 44



**DIEGO REVOLLO**  
ARQUITETO PAULISTANO, É UM  
DOS NOMES MAIS PROEMINENTES  
DA NOVA GERAÇÃO. ANTENADO E  
CONTEMPORÂNEO, ELE ASSINA A  
COLUMNA DE ARQUITETURA.  
Pag. 52





## SEU REFÚGIO

CONECTE-SE COM O QUE  
REALMENTE IMPORTA, A VIDA.



# BELMOND COPACABANA PALACE

RIO DE JANEIRO

---

O LUGAR MAIS DESEJADO DO RIO PARA RELAXAR  
E APRECIAR UM BOM MOMENTO.

---

HOTÉIS | TRENS | CRUZEIROS FLUVIAIS | JORNADAS | [BELMOND.COM](https://www.belmond.com)  
PARA RESERVAS LIGUE PARA (21) 2545 8787 OU PELO E-MAIL [RESERVATIONS.BRAZIL@BELMOND.COM](mailto:RESERVATIONS.BRAZIL@BELMOND.COM)



ECONOMIA

# HORA DE CAUTELA

NO PRIMEIRO EVENTO TREND & BUSINESS, PROMOVIDO PELA AVANTTO, O ECONOMISTA GUSTAVO FRANCO FAZ ANÁLISE SOBRE O DELICADO CENÁRIO POLÍTICO E ECONÔMICO DO BRASIL EM ANO ELEITORAL.



#### SINAL AMARELO

Gustavo Franco na sede da Rio Bravo Investimentos, em São Paulo: momento é de cautela até que a disputa presidencial de outubro se torne mais clara.

Um cenário delicado, que requer cautela e um acompanhamento atento das perspectivas políticas para o próximo ciclo eleitoral. Este foi o resumo do talk comandado pelo economista Gustavo Franco, ex-Banco Central e atual sócio e estrategista chefe da Rio Bravo Investimentos, durante o **1º Avantto Trend & Business 2018**, evento realizado pela Avantto – Administração de Aeronaves, no dia 7 de junho, em São Paulo.

Diante de uma plateia de empresários, investidores, presidentes de companhias e CEOs, clientes da Avantto e da Rio Bravo, Gustavo Franco fez a sua análise dos fatos recentes que movimentaram os cenários político e econômico do País. Dentre eles, a greve dos caminhoneiros ocorrida em maio de 2018, e a política de preços sobre os combustíveis. Segundo o economista, o alinhamento com os preços internacionais é o único caminho, não apenas para o equilíbrio das importações, mas também para ser justo com quem investiu no setor.

A respeito das perspectivas para as próximas eleições, Gustavo Franco avaliou

durante o encontro que os candidatos de ideologias mais extremas já estariam consolidados, faltando apenas uma voz mais moderada entrar definitivamente na disputa. Na visão do economista, contudo, os nomes disponíveis e que lideram as pesquisas de voto no momento não chegam a empolgar o mercado – o que estaria, inclusive, colaborando com a pressão cambial.

Para o CEO da Avantto, Rogério Andrade, o encontro foi positivo por fornecer aos clientes da empresa uma análise privilegiada do atual panorama econômico do Brasil. “É uma oportunidade para clientes e parceiros obter informações que os ajudarão na tomada de decisões em seus negócios”, disse.

Os eventos **Trend & Business** integram a plataforma de conteúdo e lifestyle da Avantto. A proposta destes encontros é proporcionar o contato direto e exclusivo com personagens centrais da vida econômica do Brasil. Temas como macroeconomia, inovação e tecnologia também farão parte da agenda de assuntos para os próximos Painéis.



#### OPORTUNIDADE

O CEO da Avantto, Rogério Andrade, abriu o evento. Ao final, o executivo e o economista Gustavo Franco conversaram com os presentes.





# LIBERALISMO TROPICAL

POR GUSTAVO FRANCO

**N**ão é fácil explicar o que se entende por liberalismo no Brasil. As palavras adquirem o sentido que o usuário lhes impõe, e nesse caso, trata-se de um estrangeirismo que temos deglutido e adaptado, como já fizemos muitas vezes no passado. O fato é que, no plano da economia, e num formato muito nosso, o liberalismo está na moda. Com as exceções de praxe, todos os presidenciáveis se associaram a um economista descrito como liberal, quando não é o próprio a disputar, como quem se enfeita com uma bolsa de grife e terceiriza responsabilidades.

Não há dúvida que está brotando espontaneamente no Brasil um sentimento vago e forte contra o Estado Redentor, na prática mais opressor que benfeitor na economia, e corrupto ao tratar os desiguais desigualmente amiúde piorando a desigualdade. O fato é que o surgimento desse novo liberalismo “raiz” precisa ser melhor entendido e há ao menos quatro explicações para o fenômeno. A primeira delas tem a ver com o envelhecimento de uma fala tipicamente Tucana segundo a qual “como o mercado não resolve tudo... o Estado precisa atuar”. Essa ideia já era velha em 1988 pois, naquela altura, nosso problema não era mais a falta de intervenção do Estado, mas o excesso. Na realidade, tínhamos uma hiperinflação de (promessas feitas pelo) estado, não? Por isso mesmo, o Plano Real só funcionou no contexto de um ambicioso programa de privatização e desregulamentação com a intenção expressa de reduzir a presença do Estado na economia. Anote, leitor, um programa inclusivo teve que ver com menos estado.

Uma segunda explicação tem a ver com responsabilidade fiscal, que se tornou um imperativo ético e foi incorporado à pauta liberal em razão da “nova matriz”, das “pedaladas” e do “petrolão”.

“  
Não há dúvida  
que está brotando  
espontaneamente no  
Brasil um sentimento  
vago e forte contra o  
Estado Redentor, na  
prática mais opressor  
que benfeitor na  
economia, e corrupto ao  
tratar os desiguais

Mais correto seria admitir que o assunto extravasa os campos ideológicos. Déficit não tem caráter, dizia um sábio, é apenas um “rombo”, e às vezes, um roubo. Nem um nem outro são admissíveis nos dias de passar, queremos finanças sadias e honestas. Um terceiro esclarecimento tem a ver com a esdrúxula tese segundo a qual o liberalismo no Brasil teria uma raiz autoritária, ou estaria a serviço do autoritarismo.

Conceitualmente não há cabimento tampouco condiz com a experiência histórica brasileira. Basta

lembrar que a face econômica mais contumaz da ditadura é a de Delfim Netto, cujo intervencionismo nacionalista o levaria, anos depois, à posição de conselheiro de Lula e Dilma. Vale lembrar que depois de 1967, Roberto Campos, por exemplo, se tornou uma figura tão ornamental quanto hoje são alguns economistas de perfil liberal aconchegados em partidos e candidaturas que não possuem esta índole.

Sim, existem liberais de aluguel, que não são insinceros e muitas vezes afirmam, com razão, que seria muito pior se não estivessem ali. Era o que dizia Hjalmar Schacht, o herói da estabilização alemã de 1923, para justificar sua presença no ministério de Hitler, o mesmo argumento de Mario Henrique Simonsen sobre trabalhar para o Ernesto Geisel. O quarto e último ponto tem a ver com a tese segundo a qual o liberalismo não é para um país desigual como o Brasil, portanto uma “ideia fora do lugar”, ou “estrangeira em seu próprio país”, para usar expressões consagradas de Roberto Schwarz e de Sergio Buarque de Holanda.

O próprio Schwarz afirma, no entanto, que um dos lugares comuns mais caros ao pensamento conservador é justamente a ideia que as ideias avançadas na organização econômica, nos direitos sociais e mesmo nas artes seriam incompatíveis com as feições autênticas do Brasil. Conforme esclarece o autor, não se trata “de afirmar pela enésima vez, que as instituições de ideias progressistas do Ocidente são estrangeiras e postíças em nossos países, mas sim de discutir as razões pelas quais parece que sejam assim.

Por que a marca da inadequação nessas tentativas de modernidade? O fato é que, ainda que atrasado e atabalhado, o Brasil está chegando mais próximo do ideal iluminista de liberdade, igualdade e progresso. Vamos ver em outubro.

# RIO BRAVO ARQUITETURA ABERTA

ACESSO ÀS MELHORES GESTORAS  
E FUNDOS DO MERCADO  
COM ATENDIMENTO CENTRALIZADO  
EM UM ÚNICO PROFISSIONAL

11 3509-6622  
pa@riobravo.com.br



**RIO BRAVO**  
INVESTIMENTOS

# VOANDO ALTO

**DE OFFICE BOY A DONO DE UMA DAS MAIORES BLINDADORAS DE VEÍCULOS DO BRASIL. CONHEÇA A TRAJETÓRIA DE RAFAEL BARBERO, DA AVALLON BLINDAGENS.**

Por **FABIANO MAZZEI**

O apurado faro para os negócios é inato. Ainda aos 20 anos, se destacava como vendedor na CAO A Ford, na capital paulista, comercializando desde modelos populares aos carros mais caros da loja. A meta era ser o melhor, o que mais vendia. Depois, em uma revenda Mitsubishi, sua performance acabou por lhe render um cargo de gerência. Era o auge, mas era pouco. Rafael Barbero sempre buscou vãos mais altos.

No início dos anos 2000, o já crescente clamor dos brasileiros por mais segurança fez surgir a oportunidade de ingressar em um novo filão: o da blindagem de veículos. “Na época, blindar carro era sinônimo de status”, lembra.

Hoje, aos 45 anos, Rafael conduz a Avallon Blindagens, empresa líder no seu segmento e da qual assumiu o controle em 2008. Com média de 130 veículos atendidos todos os meses, lojas em São Paulo e no Rio de Janeiro, e uma recém-inaugurada fábrica em Barueri (SP) para a produção e instalação dos vidros e das mantas protetoras que usa nos carros – um investimento na casa dos R\$ 20 milhões –, Rafael Barbero conversou com a **Avantto Lifestyle Magazine** sobre a sua história no mundo dos negócios. Acompanhe.

**Avantto Lifestyle Magazine – Office boy, Rafael? Foi como tudo começou?**

**Rafael Barbero** – Sim, aos 16 anos, em um banco! Aquela vida de pegar ônibus lotado, almoçar lanche na rua e, à noite, correr para a faculdade de Administração de Empresas. Era uma vida agitada, mas logo percebi que lidar com papéis não era a minha: preferia lidar com gente.

**Avantto – Como chegou ao mercado automotivo?**

**Barbero** – Aos 20 anos eu fui trabalhar como vendedor na CAO A. Já na época eu buscava ser o melhor da equipe, queria ter o retrato na parede, sabe? O destaque do mês, sempre fui o número 1. Me identifiquei muito vendendo carros, cheguei a fazer 60 unidades em um mês, sozinho.

“  
Vender é uma arte:  
precisa se relacionar  
bem e estabelecer  
essa relação  
de confiança  
com o cliente,  
para poder vender  
sempre. É buscar  
um algo a mais  
para ter a fidelização.”

**Avantto – De onde veio este talento para vendas?**

**Barbero** – Acho que é natural, meu mesmo. Para você ter uma ideia, quando eu tinha 11 anos, comprei amendoim, uns potinhos e fui vendê-los lá no Museu do Ipiranga. Multipliquei o dinheiro! Não que eu precisasse, minha família era de classe média, mas é que eu já gostava fazer negócios desde criança.

**Avantto – Vendas é falar sobre confiança, certo?**

**Barbero** – Sem dúvida. Eu tenho clientes hoje que compravam carro comigo nos tempos da Ford e da Mitsubishi! Vender é uma arte: precisa se comunicar bem e estabelecer essa relação de confiança com o cliente, para poder vender sempre. É buscar um algo a mais para ter a fidelização. Aqui temos este compromisso: a qualidade nos

mínimos detalhes, a segurança máxima e a excelência no atendimento.

**Avantto – E a entrada no segmento de blindagens, como aconteceu?**

**Barbero** – Foi quando eu estava na Mitsubishi, início dos anos 2000, era gerente de uma loja e começou essa febre do carro blindado. Eu sai de lá com uma proposta para montar minha primeira empresa no setor. Já faz 15 anos, foi quando comecei minha vida de empresário. E, há oito anos, eu e meu sócio, Roberto Pedrosa, adquirimos a Avallon, que já existia desde 2002.

**Avantto – Qual o momento da sua empresa hoje?**

**Barbero** – A Avallon tem 16 anos, com mais de 10 mil veículos blindados, é a maior blindadora do País em termos de estrutura – com lojas no Rio e em São Paulo – e a única certificada com o ISO 9000. Inauguramos em 2017 uma fábrica em Barueri, de 8 mil m<sup>2</sup> e três andares, com tecnologia bem diferenciada e que foi projetada com uma linha de produção para atender os veículos. Um investimento de R\$ 20 milhões. Essa expansão nos fez crescer em volume de atendimentos, hoje na média de 130 carros entregues por mês.

**Avantto – Qual o perfil de consumo?**

**Barbero** – Hoje o cliente procura blindagem para os carros do seu dia-a-dia: sedãs médios, por exemplo, e SUVs. E, sobre produto, é a blindagem nível 3A, que é a proteção mais alta. Aqui usamos um vidro de 18mm de espessura, mais leve do que o mercado utiliza, e mantas com intersecção de borracha entre as camadas, para evitar umidade e ter mais durabilidade.

**Avantto – Como a aviação executiva o ajuda no seu dia-a-dia?**

**Barbero** – Tenho uso de perfil misto. Já coloquei à disposição das minhas equipes para ir a treinamentos nas montadoras. E uso para ir à praia também, aos finais de semana, com a minha família. Isso é garantir a mobilidade, mas sempre com segurança. O que, para mim, é o principal.





# O LADO B DO CEO BRASILEIRO

POR **LUIS GIOLO**

**U**ma pesquisa global realizada ao final de 2017 pela Egon Zehnder buscou entender com mais profundidade o lado pessoal dos CEOs. Foram ouvidos 402 executivos em 11 países: Austrália, Brasil, França, Alemanha, Índia, Japão, Cingapura, Suécia, Suíça, Reino Unido e EUA. Fizemos um recorte interessante sobre o CEO brasileiro e gostaríamos de compartilhar aqui com você.

## IDADE, GÊNERO E ORIGEM

Vimos que, em geral, têm um perfil mais jovem que o da média global: 14% têm menos de 45 anos (7% na média global), enquanto a maioria (73%) tem entre 45-64 anos. Quase todos os CEOs que trabalham aqui (95%) são brasileiros, sendo a maioria (95%) de homens.

## PODER DE FOGO

Interessante notar que mesmo com uma economia relativamente mais fraca como a nossa, perto de um quarto (23%) dos CEOs brasileiros da pesquisa tocam negócios maiores que US\$ 11 bilhões (vs. 17% no mundo).

## EXPERIÊNCIA

Em linha com a média global, metade (50%) não teve experiência em Conselhos de Administração antes de se tornarem CEOs. Porém, os brasileiros são mais experientes: para apenas 36% deles esta é a primeira vez no posto, percentual significativamente inferior à margem global, de 61%. A maior experiência, contudo, não lhes garante a permanência no cargo: 50% deles fica na cadeira por menos de quatro anos.

## ACESSO

Para se tornar CEO, dois terços deles (64%) foram promovidos internamente, margem ligeira-

“

Interessante notar que a maioria dos CEOs (39%) tende a buscar feedback honesto dentro de casa com a(o) parceira (o) ou outros familiares

”

mente superior à média global (53%). Mas interessante notar que somos mais humildes, já que aproximadamente, sete em cada dez CEOs brasileiros (68%) sentiram-se preparados para o cargo superior, percentual inferior à média mundial (80%). Além disso, os CEOs brasileiros são mais propensos a concordar que a transição para a posição atual demandou um período intenso de reflexão pessoal. Para metade deles (52%) sua nomeação foi parte de uma sucessão formal e planejada, o que, em geral, está alinhado com a média global. Entretanto, apenas 34% avaliaram o processo de sucessão como bom, significativamente abaixo da média global de 62%, ou seja, estamos preparando mal nossos atuais (e certamente futuros) CEOs.

## EXPECTATIVA

Em relação às expectativas do cargo, houve relativamente pouca diferença entre os brasileiros e os de fora. A maioria diz que as principais dificuldades estão em:

- Equilibrar o foco financeiro a curto prazo com a transformação a longo prazo (40%);
- Relacionar-se com as partes interessadas internas versus a expectativa (23%);
- Desenvolver o time sênior de liderança (27%);
- Guiar mudanças culturais (50%);
- Estabelecer conexões com os colegas (29%);
- Administrar níveis de estresse (50%);

## ZONA DE CONFORTO

Quando questionados sobre o nível de conforto que sentem com relação ao cargo, os CEOs brasileiros deram opiniões semelhantes às do restante do globo, e o desconforto vem principalmente de:

- Lidar com as consequências de decisões administrativas consideradas impopulares (45%);
- Propor novas ideias radicais que parecem arriscadas (55%);
- Ter conversas sinceras com o time executivo e também para cima com o Conselho (20%);
- Formar e liderar pessoalmente a visão geral da empresa (50%);
- Agir como um modelo de conduta e figura de identificação dos valores da empresa (20%);
- Falar com honestidade e abertamente sobre os vários desafios que a empresa enfrenta (20%);
- Demonstrar emoções (55%);
- Admitir os erros (20%);
- Buscar conselhos (33%);





### **NA COZINHA**

Interessante notar que a maioria dos CEOs (39%) tende a buscar feedback honesto dentro de casa com a(o) parceira (o) ou outros familiares enquanto 24% dizem ter que se basear somente no seu próprio julgamento ao invés de buscar feedback externo, ou seja, são seres humanos solitários e independentes.

### **TRANSFORMADORES**

Os brasileiros são ligeiramente mais propensos a concordar que, como CEOs, eles precisam ter a capacidade de se transformar assim como transformar sua organização (respectivamente 86% e 79%). Mas, quando se trata de buscar inspiração para o novo, procuram em lugares semelhantes aos de fora, ou seja, principalmente conversando com pessoas tanto dentro quanto fora da empresa e observando como outros negócios são administrados. Isso reforça uma crença global de que os empreendedores tendem a ser mais criativos que os executivos pois sua percepção de risco é menor.

### **LEGADO E SUCESSÃO**

Quando questionados sobre os objetivos mais importantes além de construir um negócio de sucesso, os brasileiros são ligeiramente mais propensos a focar na criação de um legado pessoal (23% contra 11%). Finalmente pouco mais de um quarto dos brasileiros (27%) dizem que o planejamento de sucessão está em andamento, com um processo claro em curso, ainda que próximo da média global, enquanto apenas cerca de um a cada sete (14%) acreditam que seus sucessores estarão mais bem preparados do que eles, bem inferior quando comparado a 27% dos CEOs do globo. A pergunta que fica é: será que eles também estão fazendo a parte deles neste processo para que o resultado seja, de fato, diferente?



# IT'S! COOL!

O TERMO QUE FICOU CONHECIDO PELO JAZZ NOS ANOS 1940, HOJE DEFINE UM NOVO ESTILO DE VIDA. UM CONCEITO ONDE SER AUTÊNTICO, VIVER EXPERIÊNCIAS E CONTROLAR O TEMPO SÃO ACORDES INDISPENSÁVEIS PARA SE TOCAR A VIDA DE UMA MANEIRA MAIS HARMONIOSA.

POR **FABIANO MAZZEI**

**L**ester Young foi um saxofonista afro-americano, filho de músico itinerante e amigo pessoal de Billie Holiday – que o apelidou de ‘The Pres’, o presidente dos saxofonistas da época. Ainda nos anos 1940, Young propôs um novo jeito de tocar jazz: algo menos frenético e mais melódico, ao qual ele próprio definiu como o “cool jazz”. Ele morreu jovem, aos 50 anos, e deixou o seu legado não apenas na música. O estilo inventado por ele transcendeu o jazz e se tornou um modo de vida, marcado pela autenticidade e pela liberdade.

Hoje, ‘ser cool’ é o desejo que tem feito as pessoas mudarem o seu comportamento de consumo. E enlouquecido estrategistas de marketing das principais marcas globais para se conectarem a este novo conceito.

Isso passa por viver experiências únicas, a valorização do tempo e pela troca da ostentação pela transformação. Nada mais atual no mundo de hoje do que “ser” e não “ter”, traduzido em um lifestyle inteligente, moderno, que procura um novo propósito para o ato de consumir.

“O luxo há 20 anos estava ligado à ostentação. As pessoas balançavam o braço para mostrar o último Rolex e serem admiradas”, diz o psicanalista Jorge Forbes. Para ele, esta atitude saiu de moda. O exibicionismo teria dado lugar à experiência cultural. “Hoje, em um jantar com amigos, chama mais a atenção você dizer que passou as férias na Ucrânia do que em Nova York, por ser mais autêntico”, afirma.



**O CRIADOR**

Lester "The Pres" Young, o lendário saxofonista americano que deu uma nova leitura à palavra cool, nos anos 1940.



**CONVIVÊNCIA**

Troca de experiências entre clientes do San Lorenzo Mountain Lodge, na Itália, é estimulada pelos donos, Stefano e Giorgia Barbini.



**SEM ESTRESSE**

Saídas matinais para cortar a lenha que abastece o forno e a lareira do lodge, é só uma das atividades para entreter os clientes.

**EXPERIÊNCIAS**

Essa busca pelo singular é tendência, por exemplo, no mercado de luxo. Não basta mais para uma marca ser reconhecida por sua qualidade e história: tem de se oferecer ao cliente uma experiência única durante toda a jornada de compra. Um exemplo eloquente pode ser visto (e vivido) nas Dolomitas, nos alpes italianos. Ali, o San Lorenzo Mountain Lodge – uma charmosa cabana de montanha com quatro quartos – tem se destacado como um dos hotéis mais requisitados por famílias que costumam constar nas listas dos sobrenomes mais poderosos – e ricos – do mundo.

Elas vêm atraídas por um pacote de atividades que inclui o corte da lenha que será



#### **PÓS-LUXO**

A empresária Fernanda Ralston-Semler é pioneira no Brasil na abordagem deste novo comportamento de consumo.

usada na lareira, a tirada do leite direto da cabra para o queijo ou uma divertida ‘caça’ ao funghi porcini no bosque anexo, a fim de permitir que Giorgia, a esposa do proprietário, Stéfano Barbini (ex CEO do grupo varejista alemão Escada), possa preparar um saboroso quiche para o almoço.

“É o que chamamos de ‘priceless’. Nosso cliente, por seu poder aquisitivo, poderia estar em qualquer lugar do mundo. O que busco é dar a ele uma experiência única, para que se recorde quando voltar para casa”, explica Barbini. De fato, a hospedagem no lodge não chega a ser econômica: são 15 mil euros a semana, com tudo incluso. O hotel conta ainda com um spa, uma jacuzzi externa com vista

para as montanhas e um incrível campo de golfe de 18 buracos a 1.200m de altura!

Para Jorge Forbes, “as pessoas têm buscado consumir sensações e emoções”, uma análise compartilhada pelo próprio Barbini. “Nosso cliente não precisa mostrar nem ser reconhecido pelo dinheiro que tem. Ele procura aqui viver a simplicidade e a autenticidade do momento”.

#### **O PÓS-LUXO**

Este olhar *cool* sobre o consumo é algo que está inserido no chamado “pós-luxo”. No Brasil, quem primeiro abordou o tema foi a empresária Fernanda Ralston-Semler, proprietária do Botanique Hotel & Spa, no interior de São

Paulo. “É um movimento de conscientização de que o verdadeiro luxo está em locais, momentos e vivências”, declara ela em seu manifesto, publicado no portal *Après Luxe*. O site foi desenvolvido pela própria Fernanda para difundir os pilares que formam o conceito e certificar empresas que busquem aliar estas práticas aos seus negócios.

Dentre os fundamentos do pós-luxo está a autenticidade de propósito. “Neste caso, produtos ou serviços que sejam feitos dentro de um raciocínio que leve em conta o seu entorno e o contexto social”, diz.

No Botanique, por exemplo, Fernanda investiu pesado no plantio de 29 mil árvores frutíferas, para recuperar a fauna local, e em uma estação de tratamento de esgoto, a fim de evitar a poluição de mananciais. “Poder beber água mineral é pós-luxo, assim como o silêncio e até o tempo. O cliente mais contemporâneo prioriza isso, o *l’art de vivre*, para o qual ter o domínio do tempo e da agenda, por exemplo, é fundamental”, avalia.

#### SIGNIFICADO

Essa busca por um significado extra no processo de decisão de compra já é uma realidade que tem feito marcas do chamado luxo tradicional a reverem seus posicionamentos e práticas. Não raro, diversas *brands* de alta

relojoaria, moda, de automóveis e de aviação têm desenvolvido projetos associados a temas como responsabilidade social e sustentabilidade (veja material sobre a *Avantto* na página 88).

A maison Guerlain, por exemplo, tem reaproveitado 95% dos frascos de seus perfumes para diminuir a geração de resíduos. O *shoemaker* Christian Louboutin acaba de lançar a coleção *Loubi in Progress*, que faz uso de fragmentos do tecido, papel e do plástico usados na criação dos sapatos da marca para apresentar uma linha de calçados, carteiras e bolsas modernas e irreverentes. Até mesmo a clássica Salvatore Ferragamo anunciou o seu produto sustentável: a sandália feminina *Rainbow Future*, confeccionada com base de madeira certificada, tiras em algodão orgânico e revestimento em couro finalizado sem emissões de CO2 ou consumo de água. Com edição limitada a 100 pares, a sandália é entregue em caixas de papelão reciclado.

No setor automotivo, crescem os investimentos em veículos de propulsão elétrica que tenham performance e autonomia dos carros convencionais. O lançamento mais recente vem da britânica Jaguar, com o SUV *iPace*, cuja bateria permite viagens de até 480km sem necessidade de recarga (veja mais detalhes na página 32).

#### SALTO SUSTENTÁVEL

Coleção *Loubi in Progress*, de Christian Louboutin, reutiliza fragmentos de papel kraft e outros materiais descartáveis na confecção de sapatos e bolsas





Já entre as marcas de relógios, o destaque fica para a *label* suíça Omega. Desde 2011, ela apoia e patrocina o Projeto ORBIS Internacional, uma iniciativa criada ainda nos anos 80 para realização de cirurgias oftalmológicas gratuitas em crianças e jovens de comunidades remotas. Desde então, já foram realizados mais de 3,5 milhões de tratamentos em 92 países. As cirurgias ocorrem dentro de um avião DC-10 transformado em hospital aéreo, por onde já passaram de mais de 40 mil médicos.

Para ajudar na captação de recursos, a marca lançou três modelos de relógios cuja parte das vendas é direcionada a ORBIS. Os relógios trazem no fundo do visor um mosaico com o desenho de um ursinho de pelúcia, símbolo do projeto. Para promover a parceria, a Omega convocou seus embaixadores – a atriz Nicole Kidman, o nadador Michael Phelps, a modelo Cindy Crawford e o ator Daniel Craig – para conhecerem a obra. Craig, famoso por sua performance viril nos cinemas como James Bond, da franquia 007, foi até a Mongólia para testemunhar o resultado prático da ação. E se emocionou.

De fato, se a tendência atual é consumir sensações autênticas, nada é mais emocionante do que saber que o relógio que você veste no pulso ajudou uma criança a enxergar melhor em alguma parte do planeta. Isto sim, definitivamente, é *cool*.

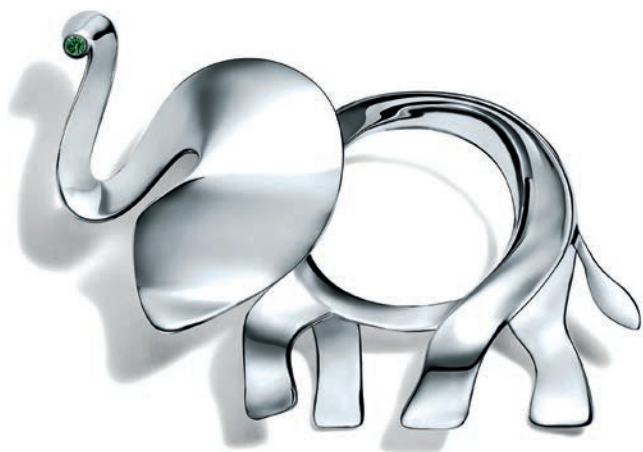
#### EMOÇÃO

O relógio Omega De Ville ORBIS e o ator Daniel Craig, embaixador da marca, em visita ao projeto na Mongólia: consumo do bem.



# GLAMOUR CONSCIENTE

NÃO BASTA SER MARCA DE LUXO: TEM DE APRESENTAR UM SIGNIFICADO MAIOR. NESTA LISTA DE SUGESTÕES, PRODUTOS QUE ENTREGAM NÃO APENAS A SOFISTICAÇÃO, MAS UM PROPÓSITO AINDA MAIS NOBRE.



## COLEÇÃO SAVE THE WILD

**TIFFANY&CO** Uma série de pingentes e joias cuja renda obtida nas vendas é destinada integralmente ao Elephant Crisis Fund (ECF), uma iniciativa do Save the Elephants e do Wildlife Conservation Network, em parceria com a Leonardo DiCaprio Foundation, que busca impedir o abate de elefantes, tráfico e a demanda por seu marfim.

**PREÇO: R\$ 995,00 (SILVER BROOCH)**

[www.tiffanyandco.com](http://www.tiffanyandco.com)

## L'HOMME IDEAL L'INTENSE

**GUERLAIN PARIS** A nova fragrância masculina da maison francesa busca destacar uma personalidade dinâmica e intensa. Mas o que chama a atenção também é o frasco, em vidro reciclável. Sim: por uma conduta interna do grupo LVMH, ao qual a marca pertence, 95% dos frascos dos perfumes da Guerlain são recicláveis.

**PREÇO: R\$ 319,00**



## SOFÁ C123

**CARBONO DESIGN** Assinado pelo Estúdio Ninho, é revestido pelo tecido EcoSimple, feito com matérias-primas renováveis como garrafas PET. Um metro do tecido retira do meio ambiente o equivalente a oito embalagens.

**R\$ 19.541,00**

[www.carbono.com.br](http://www.carbono.com.br)





## POLTRONA FAROL



**BUTZKE** Tem a assinatura do Studio Fabricio Roncca e é fabricada pela empresa catarinense Butzke, reconhecida por aliar o bom design à consciência ambiental. Fundada em 1899, a empresa, instalada no município de Timbó (SC), é a primeira no Brasil a produzir móveis certificados pelo selo FSC (Conselho de Manejo Sustentável).

**R\$ 2.167,00**

[www.butzke.com.br](http://www.butzke.com.br)

## CHAMPANHEIRA

**MÔNICA CINTRA** Esculpida em madeira maciça Muiracatiara despigmentada, a peça é proveniente de uma árvore que estava com uma anomalia que foi retirada. Esse processo evitou que o problema se espalhasse por todo o tronco, eliminando a necessidade da derrubada.

**R\$ 3.600,00**

[www.monicacintra.com.br](http://www.monicacintra.com.br)



## GLENMORANGIE EDITION

**RENOVO HARDWOOD BIKES** Não é apenas uma bicicleta de madeira: a Renovo Glenmorangie Edition tem o quadro feito com barril de carvalho reaproveitado da fabricante escocesa do uísque Glenmorangie (LVMH)! Sim, uma parceria inusitada que resultou em uma bicicleta leve, moderna e exclusiva. A empresa de Portland (EUA) foi fundada em 2007 e, desde então, se especializou em construir estas bikes a partir da madeira reaproveitada.

**US\$ US\$ 7.000,00**

[www.renovobikes.com](http://www.renovobikes.com)





# COMPRO AQUI OU NA PRÓXIMA VIAGEM AOS ESTADOS UNIDOS?

POR **FREDDY RABBAT**

**E**ste é um dilema que temos todas as vezes que pensamos em comprar algo importado. O hábito nos leva a esperar a próxima viagem para consumir. Afinal, chegamos nas lojas lá fora, com tempo de sobra, e acabamos achando que os preços em dólares pareçam sempre menores do que aqui. Por muito tempo realmente foi vantajoso comprar durante uma viagem, uma vez que tínhamos a certeza do melhor negócio. Mas e agora? O mercado mudou? As marcas presentes no Brasil são apenas showrooms para comprarmos no Exterior posteriormente?

Posso afirmar que as vantagens de comprar fora hoje são quase inexistentes ou muitas vezes o melhor negócio está no Brasil mesmo. Muitos pegam o preço no Brasil e fazem uma comparação direta com o valor encontrado nas lojas, mas esquecem que este preço visto fora em dólares deve ser acrescido do "sales tax", que em New York é de 8,875% ou 6% na Florida, ou variando de 7,25% até 10,25% conforme a jurisdição na Califórnia. Se isto não fosse o suficiente, devemos lembrar de acrescentar 6,35% de IOF, que é um imposto brasileiro para a compra de papel moeda ou quando usamos cartão de crédito em viagens.

Vale lembrar também que, ao usarmos papel moeda ou mesmo cartão de crédito, a taxa de conversão do nosso real para o dólar é calculada pela cotação turismo, que é sempre entre 6% a 9% acima da cotação comercial que vemos todos os dias na internet. Isso sem contar um pequeno spread bancário que majora ainda mais esta conversão.

Tudo isto para comprarmos algo em que, via de regra, seremos atendidos com pressa em uma loja que raramente voltaremos, pagando em cash ou à vista no cartão. Parece simples, mas normalmente é um mau negócio.

“

Vale lembrar também que, ao usarmos papel moeda ou mesmo cartão de crédito, a taxa de conversão do nosso real para o dólar é calculada pela cotação turismo, que é sempre entre 6 a 9% acima da cotação comercial.

”

No Brasil, encontramos um preço em reais, com a possibilidade de parcelamento em até 10 prestações, sendo atendidos com mais atenção e certos benefícios. O vendedor, na busca pela fidelização do cliente, vai oferecer um cadastro para eventos da marca ou até mesmo para presentear-lo em datas especiais. A experiência da compra inclui até um pacote caprichado para que o presenteado, mesmo que seja você, se encante com a compra sem a

necessidade de jogar a embalagem no lixo por falta de espaço na mala. E, caso sua compra precise de ajuste, o serviço pós-venda fará o seu melhor para fazer o cliente a continuar... cliente.

**VALE QUANTO PESA** – Mas e o preço? Não é mais barato comprar fora? Posso afirmar que raramente isto acontece. Hoje todas as marcas presentes no Brasil buscam atender seus clientes localmente. Não há o interesse em montar caras estruturas e especializar a mão-de-obra para cobrar mais caro do que em outros países e perder o cliente. Todas entenderam que, apesar dos impostos altos do nosso País, elas têm que baixar suas margens, seus custos e os de todos os envolvidos no processo de comercialização no Brasil para vender ao mesmo preço que em outros países.

Mas não podemos esquecer também do câmbio. Como fica? Ao comprar no Brasil, estamos comprando sempre em reais. Para o cálculo deste preço adota-se uma taxa de conversão de moeda usada normalmente durante a importação e que levou alguns dias até chegar na loja. Muitas vezes nossa moeda desvaloriza até chegar ao consumidor, levando estes preços à um patamar inferior ao praticado nos Estados Unidos. Assim, é comum encontrar produtos importados hoje no Brasil com valores mais atraentes.

Na sua próxima celebração, quer seja para você ou para alguém que queira presentear, sugiro que circule nos melhores shoppings de sua cidade e verifique o preço que está na sua vitrine favorita. Compare com o preço que você pagaria nos Estados Unidos, lembrando de adicionar o "sales tax", o IOF e use a taxa do dólar turismo nesta conta. Tenho certeza que você vai comprar correndo no Brasil ao entender que perdeu um tempo precioso em viagens que poderia estar usando para se divertir e fazer turismo. Deixe as compras para o Brasil. Você faz um melhor negócio e colabora com a economia do país onde vive.



  
**CARUSO**  
LOUNGE

Viva uma experiência inesquecível  
com a maior tabacaria da América Latina.



Saiba mais em:  
[www.carusolounge.com.br](http://www.carusolounge.com.br)  
Avenida Horácio Lafer, 44 - Itaim Bibi - SP  
(11) 4999-3300 / 4999-2200



MOBILIDADE

# ELETRIFIQUE-SE!

NOVO OBJETO DE DESEJO, OS VEÍCULOS ELÉTRICOS VÊM GANHANDO PRESTÍGIO NO MERCADO. ALTA PERFORMANCE, AUTONOMIA E SOFISTICAÇÃO QUE, ASSOCIADOS AO APELO DA ENERGIA LIMPA, CONQUISTAM FÃS EM TODO MUNDO.

Por **Fabiano Mazzei**

VI UYP



#### ALTA VOLTAGEM

Frota mundial de carros elétricos cresceu 55% em 2017. Sistemas estão cada vez melhores, com baterias de lítio cuja autonomia é comparável a de um tanque de combustível normal.



**T**udo indica que 2018 ficará marcado na história da indústria automobilística mundial como o ano do despertar. Isso porque grandes atores do setor resolveram anunciar suas entradas definitivas no mercado dos veículos elétricos. Montadoras como a Ford, Volkswagen, Mercedes-Benz, Volvo, BMW, entre outras tantas, inclusive chinesas, fizeram neste semestre anúncios quase simultâneos de investimentos que, somados, chegam a US\$ 90 bilhões nos próximos quatro anos.

A explicação de tanto entusiasmo está nos números. De 2017 para cá, a frota de carros elétricos cresceu 55% em todo o mundo, alcançando um total de 3,2 milhões de veículos. A continuar neste ritmo, teremos mais de 5 milhões de unidades rodando pelas ruas até 2025, segundo estimativa do Centro de Pesquisa em Energia Solar e Hidrogênio de Baden-Württemberg, na Alemanha.

Para atender a esta demanda, a alemã Mercedes-Benz quer criar versões 100% elétricas para todos os seus modelos já existentes até 2022. A sueca Volvo foi mais radical: no mesmo período, se comprometeu a “eletrificar” o seu portfólio, eliminando todos os veículos movidos a combustível fóssil.

Além de elétricos não-poluentes, os carros da categoria têm de entregar performance e sofisticação a altura dos modelos convencionais. Neste sentido, o último lançamento da Jaguar, o SUV i-Pace, causou ótima impressão durante a sua recente apresentação a jornalistas, em Portugal. O modelo não só esbanjou requinte, como revelou autonomia suficiente para viagens de até 480km e aceleração digna de sedãs esportivos, fazendo de 0 a 100km/h em 4,8 segundos. Veja à seguir outras novidades que vão ajudar você a decidir se leva este choque de inovação para a sua garagem.



**PEQUENO NOTÁVEL**

Oficialmente, é único carro 100% elétrico à venda no Brasil. De bom espaço interno e design que chama a atenção, o compacto alemão é ideal para uso urbano. Agilidade e boas respostas do motor são atributos do modelo, capaz de chegar a 150 km/h de velocidade final e com autonomia para até 300km sem a necessidade de recarregar as baterias.

<b>BMW i3</b>
CATEGORIA: <b>Compacto</b>
AUTONOMIA: <b>300 km</b>
VELOCIDADE MÁXIMA: <b>150 km/h</b>
ACELERAÇÃO 0-100KM/H: <b>6,9s</b>

**NAS ESTRELAS**

Muito antes de Elon Musk lançar seu carro na atmosfera da terra, em fevereiro, os veículos da marca Tesla já faziam enorme sucesso. Inovadores e futuristas, eles simbolizam a era dos carros elétricos como nenhum outro. O SUV Model X é um bom exemplo. Grande, com capacidade para sete passageiros cujo acesso é feito pelas portas que abrem para cima ('falcon wings'), o veículo tem bateria de 100 kWz com autonomia para 565km, e faz de 0 a 100km/h em espantosos 3,1s!



<b>TESLA X</b>
CATEGORIA: <b>SUV, 7 lugares</b>
AUTONOMIA: <b>565 km</b>
VELOCIDADE MÁXIMA: <b>250 km/h</b>
ACELERAÇÃO 0-100KM/H: <b>3,1s</b>



### JAGUAR iPACE

CATEGORIA: SUV, 5 lugares
AUTONOMIA: 480 km
VELOCIDADE MÁXIMA: 150 km/h
ACELERAÇÃO 0-100KM/H: 4,8s

### BRAVURA INDÔMITA

Lançado neste ano, o novo SUV totalmente elétrico da britânica Jaguar mostra que tem sofisticação e muita garra para conquistar o mercado. Carro para família, tem porta-malas com capacidade para 636 litros, além de uma bateria que aguenta trajetos de até 480km. E como se não bastasse alcançar 100km/h em menos de 5s, o SUV se mostrou valente no test-drive off-road realizado no mês de maio, em Portugal. Encarou pista de terra, aclives, buracos e até riachos sem reclamar – nem emitir uma grama sequer de CO2.

### CONECTADO À CASA

A montadora alemã tem trabalhado duro no desenvolvimento do seu modelo all electric. Por hora, ela oferece ao mercado os modelos híbridos A3, A8 e Q7 nas versões e-Tron, que combinam motores elétrico e à combustão. A última novidade é um novo sistema de gerenciamento de recarga instalado na casa do proprietário, conectado a painéis solares. A integração da casa com o automóvel via sistema sustentável fotovoltaico é o principal objetivo deste novo recurso, a fim de otimizar o consumo de energia.



### AUDI Q7 E-TRON

CATEGORIA: SUV, 5 lugares
AUTONOMIA: 56 km
VELOCIDADE MÁXIMA: 230 km/h
ACELERAÇÃO 0-100KM/H: 6,2s



GASTRONOMIA

# ORGÂNICOS COM CLASSE

O GOSTO POR VINHOS QUE SÃO PRODUZIDOS RESPEITANDO O MEIO AMBIENTE CRESCE NAS MELHORES MESAS DO MUNDO. E A AMÉRICA DO SUL PODE SE ORGULHAR DISSO.

POR **FABIANO MAZZEI**





## MATETIC

**MATETIC SYRAH 2013** - Chile

*Uva:* Syrah

*Características:* Intenso, com aroma de frutas vermelhas, violetas e pimento. É suculento em boca, com taninos bem marcados e sabor de especiarias e frutas negras.

*Premiações:* 98pts Robert Atkin MW, eleito o melhor tinto chileno na feira Prowein 2018, na Alemanha.

**R\$ 325,00**

*Onde comprar:* [www.grandcru.com.br](http://www.grandcru.com.br)



**V**inhos orgânicos deixaram de ser hábito da turma vegana para se tornarem itens cobiçados nos menus mais sofisticados do mundo. Estima-se que 5% da produção global da bebida seja classificada como orgânica ou biodinâmica, refletindo o interesse crescente por vinhos que sejam produzidos dentro de normas que respeitem o meio ambiente. A mudança no comportamento de consumo deste novo milênio, portanto, também chegou à mesa.

O vinho é classificado como orgânico quando não tem interferência química em sua produção, como o uso de pesticidas, herbicidas e adubo artificial. Videiras com pelo menos três anos livres do uso de agrotóxico também po-

### **100% NATURAL**

Videiras da Matetic Vineyards, no Chile: manejo sustentável resultou no melhor vinho tinto do Chile em 2018.



**QUALIDADE**  
Instalações modernas na vinícola chilena Emiliana colaboram na excelência da produção



## EMILIANA

**COYAM 2011** - Chile

*Uva:* 48% Syrah, 24% Carmenere, 11% Merlot, 10% Cabernet Sauvignon, 3% Mourvedre, 3% Malbec, 1% Petit Verdot.

*Características:* Vinho elegante e complexo, notas de cereja e amora, menta, pimenta e couro. Em boca, frutado, fresco, de baixa acidez, com boa estrutura e permanência.

*Premiações:* 91 Wine Spectator

**R\$ 220,00**

*Onde comprar:* [www.lapastina.com](http://www.lapastina.com)



## CONO SÚR

**SILENCIO 2012** - Chile

*Uva:* Cabernet Sauvignon e Carmenère

*Características:* equilibrado, suave, complexo, com notas minerais, um toque a mirtilo e taninos maduros.

*Premiações:* 95pts MW Tim Atkin

**R\$ 999,00**

*Onde comprar:* [www.worldwine.com.br](http://www.worldwine.com.br)



## ATELIER TORMENTAS

**TORMENTAS MONTE ALEGRE PINOT NOIR**

2015 - Brasil

*Uva:* Pinot Noir

*Características:* Notas de ervas finas e especiarias, com toque de beterraba. Em boca, longo no final, equilibrado e sofisticado.

**R\$ 549,00**

*Onde comprar:* [www.saintvinsaint.com.br](http://www.saintvinsaint.com.br)



## BODEGA SANTA JULIA

**SANTA JULIA ORGÁNICA MALBEC -**

Argentina

*Uva:* Malbec

*Características:* Corpo médio e frutado, com taninos redondos, de estrutura equilibrada em boca.

*Premiações:* 96pts Robert Parker

**US\$ 12,00**

*Onde comprar:* [www.wine.com](http://www.wine.com)



## VIÑA ERRÁZURIZ

**CHADWICK SEÑA 2013 - Chile**

*Uva:* Cabernet Sauvignon (58%), Carménère (15%), Malbec (12%), Merlot (10%) e Petit Verdot (5%).

*Características:* Linear, suculento, agudo e largo, muito saboroso e com taninos muito finos, ligeiramente granulados. Oferece um magnífico equilíbrio, uma proporção clássica e simétrica.

*Premiações:* 96pts Robert Parker

**R\$ 1.299,00**

*Onde comprar:* [www.sonoma.com.br](http://www.sonoma.com.br)



## TIKAL ERNESTO CATENA

**CATENA ANIMAL - Argentina**

*Uva:* Malbec

*Características:* Moderno e expressivo, com notas frutadas na boca e nariz. Taninos suaves e estrutura elegante.

**R\$ R\$ 122,46**

*Onde comprar:* [www.mistral.com.br](http://www.mistral.com.br)

dem ser consideradas orgânicas. Em tempo, há também os vinhos biodinâmicos, comumente confundidos com os orgânicos. No caso deles, a intervenção humana é ainda menor, com o manejo da videira inserido na preservação do ecossistema local, uso de fertilizantes naturais, bem como o respeito à sazonalidade do clima e às fases da Lua.

Atualmente, este segmento movimenta cerca de US\$ 60 bilhões anuais. Os Estados Unidos — o maior mercado produtor e consumidor —, é responsável por quase metade desta cifra. Na Europa, países como a Itália, a Alemanha, a França e a Espanha já têm entre 8% e 10% dos seus vinhedos dentro do manejo orgânico. Na Áustria são 12% e na Nova Zelândia, 20%.

Vem da França, aliás, o pinot noir orgânico mais caro do mundo: o Domaine de La Romanée-Conti, um tinto cuja garrafa pode chegar a valer US\$ 20 mil.

Neste contexto, a América do Sul pode se orgulhar como sendo uma das regiões de maior crescimento e qualidade no segmento. Muitos produtores renomados têm investido forte e se destacado no mercado mundial. No Chile, vinícolas como a Matetic, a Emiliana e a Cono Sur produzem rótulos reconhecidos por especialistas internacionais pela alta qualidade. Na Argentina, a família Zuccardi produz o Santa Julia, assim como a tradicional casa Catena criou uma linha orgânica bem boutique, a Animal, produzida em Mendoza por Ernesto Catena. O Brasil também tem vinícolas certificadas como orgânicas. Um

dos rótulos nacionais mais conhecidos e antigos é o Velho do Museu, feito pela vinícola Juan Carrau, de origem uruguaia, mas sediada no Rio Grande do Sul. É também em terras gaúchas que nasce um dos pinot noir orgânicos mais badalados do mundo, no Atelier Tormentas.

Em comum, além da qualidade e dos elogios que ganham de biblias enológicas, como a revista Wine Spectator e do expert Robert Parker, eles têm o fator preço como um dos atrativos. No Brasil, diversas importadoras trazem rótulos orgânicos sulamericanos que foram premiados mundo afora. Selecionamos alguns deles para que você deguste com a certeza de agradar ao paladar e à consciência, por todo o conceito ecológico e sustentável envolvido em cada garrafa.



## DA RÚSSIA, COM AMOR (E SABOR!)

POR **MARCELO FERNANDES**

**E**stive na Rússia, bem no início da Copa do Mundo e pude presenciar toda a energia que envolveu o país por conta do grandioso evento. Tivemos dias maravilhosos com o clima da competição. Mas além da agenda de jogos e de torcer pelo Brasil, fizemos uma série de passeios e diversos tours gastronômicos que ficarão marcados em minha memória.

Além de visitar museus, igrejas e prédios históricos, aproveitei para apreciar as iguarias locais. Fomos conhecer o mercado central russo, para descobrir novos ingredientes e sabores. Me delicieei com um suco de romã, feito na hora, com frutas imensas e frescas: uma delícia! O melhor que já provei até hoje. Tinha também umas amoras brancas, extremamente doces. Havia muitas frutas tropicais também: abacaxi, melância, melão, abacates... pêssegos enormes e blueberries. Havia também o “uni”. Para quem não conhece, uni é uma iguaria extraída do ouriço do mar e tem origem no Japão. Firme, de coloração intensa alaranjada e extremamente saboroso, potente.

Visitei também algumas casas de caviar, porém, uma delas me chamou mais a atenção porque ofereceu toda uma imersão mais profunda na degustação. Eram diversas variedades do caviar, com diferenciação através do tamanho, da cor e da raridade.

Como a pesca selvagem está proibida, acredito que a maioria do caviar consumido hoje em dia seja proveniente de cultivo em cativeiro. Em Moscou, tive o privilégio de visitar uma fazenda de caviar, que cria o peixe e faz o seu manejo fora do seu habitat natural do animal. Os esturjões, fortes e valentes, ficam nadando em piscinas artificiais, cheias de água cristalina corrente e muito gelada.

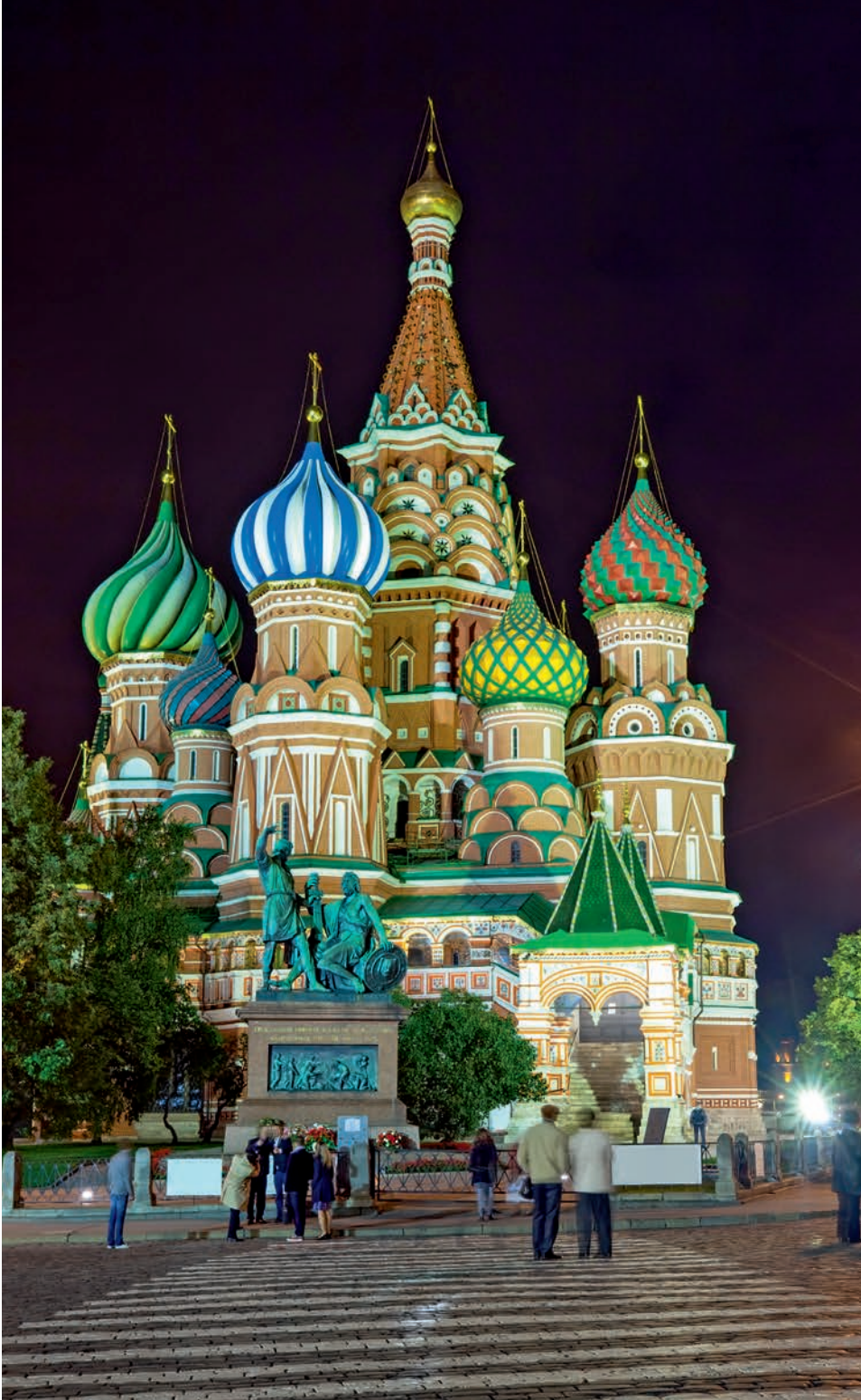
“

Como a pesca selvagem está proibida, acredito que a maioria do caviar consumido hoje em dia seja proveniente de cultivo em cativeiro. Em Moscou, tive o privilégio de visitar uma fazenda de caviar, que cria o peixe e faz o seu manejo fora do seu habitat natural do animal.

”

Seu desenvolvimento é muito especial! Eles ficam separados em piscinas diferentes. De surpresa, pude presenciar num dos tanques um esturjão albino. Com cerca de 60cm a 70cm, é um peixe muito raro se ser encontrado.





O laboratório de manejo é extremamente bem cuidado e esterilizado. Assim que está no momento da extração (circuncisão), o abate para extrair as ovas, o peixe é colocado em outro aquário com água corrente e climatizada a temperaturas baixas. Depois, o peixe é cuidadosamente elevado por uma rede com uma espécie de guindaste, quando é abatido com um único golpe.

Pude presenciar todo o processo de conservação e de climatização das ovas. Em seguida, fomos chamados para uma degustação diferente, *in natura*, mesmo antes de salgar a iguaria. Foi a primeira vez que provo o caviar dessa forma. E o sabor me chamou a atenção: extremamente elegante, suave e, ao mesmo, tempo persistente. Ovas firmes e sólidas, consistentes, e indiscutivelmente saborosas. Confesso que tive uma sensação gustativa inédita.

A harmonização foi, claro, com vodka. A bebida mais tradicional da Rússia foi servida com temperaturas distintas. Eu particularmente apreciei ela bem gelada. O sabor ficou refrescante e licoroso, mas não atenuou a força alcoólica. Ao contrário: que prazer! A marca degustada foi a Vodka Beluga, que é bastante tradicional no país. Ela pertence ao Beluga Group, que é o maior fabricante de vodkas premium e ultrapremium do mundo em questão de volume produzido.

Fizemos degustações de vários tipos e edições da Beluga, todas muito interessantes. Me chamou a atenção uma de edição especial, a Beluga Noble Export, não pelo seu preço expressivo, mas pela linda garrafa. A vodka é uma bebida feita basicamente com malte de qualidade e água puríssima. Depois de filtrada, a bebida passa por 30 dias de descanso antes de ser engarrafada. Tudo para suavizar o aroma e acentuar o sabor.

Esta série especial é flagship da marca, considerado um clássico da Beluga. A empresa acaba de lançar outra edição exclusiva só para o verão europeu, com um rótulo muito interessante com uma ilustração art déco. E tem ainda uma série com a Lalique, cuja garrafa foi confeccionada pela marca francesa de cristais. Por tudo isso e por seu sabor inigualável, a vodka Beluga é considerada uma das melhores do mundo.

Assim, encerramos o nosso tour gastronômico e cultural por Moscou. A capital da Rússia se mostrou um lugar incrível, cheio de encantos e de muitos novos sabores. Uma grata e feliz surpresa.





AUTOMOBILISMO

# VELOZES E CHEIOS DE CHARME

A CATEGORIA MAIS SOFISTICADA DO AUTOMOBILISMO NACIONAL CRESCE ANO A ANO, ATRAINDO PILOTOS E PÚBLICO EM BUSCA DE ADRENALINA.

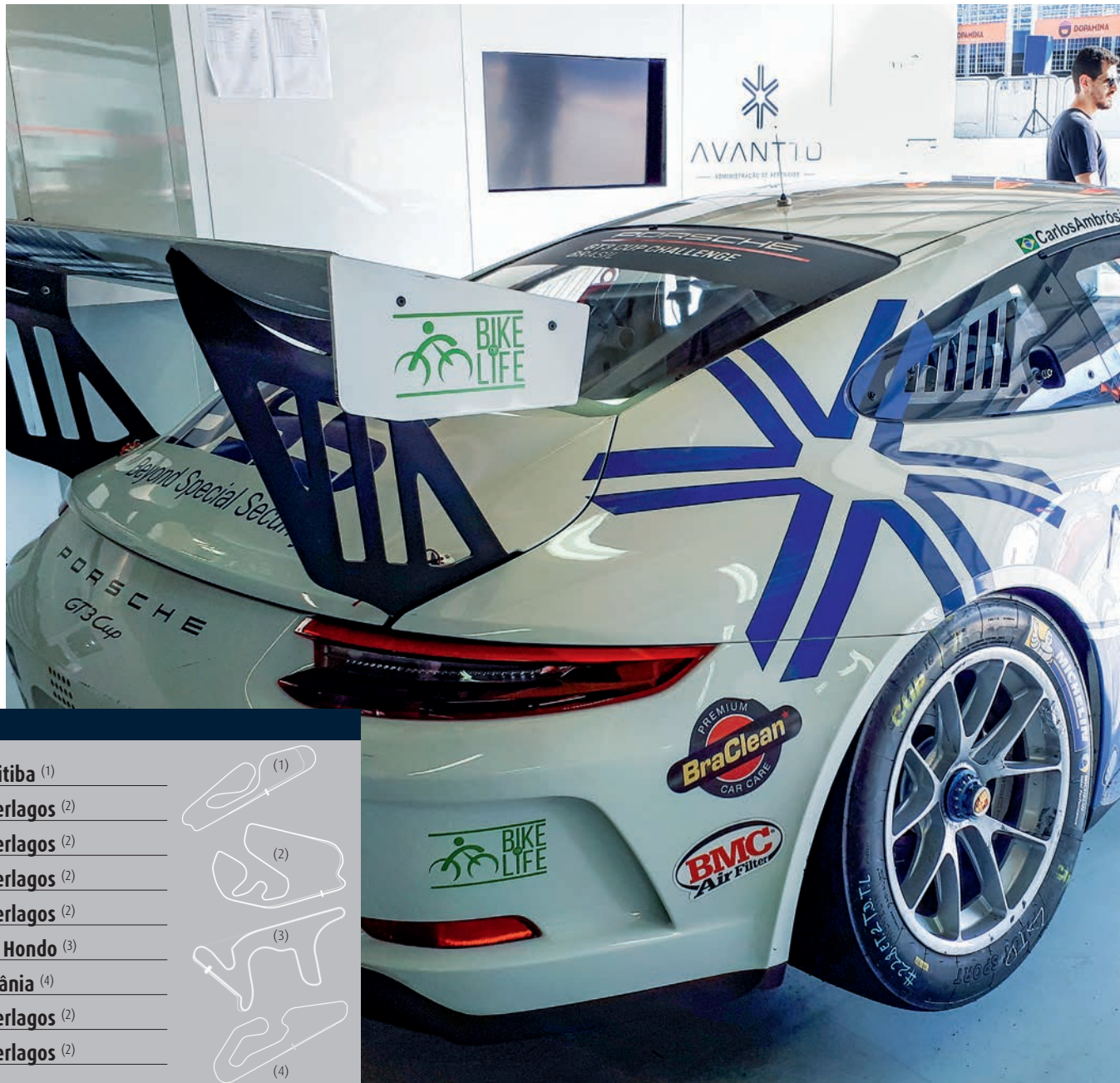
Por **Fabiano Mazzei**





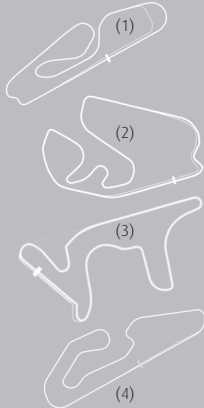
**PÉ NA TÁBUA**

Os novos - e potentes - Porsche 911 GT3 aceleram nas curvas de Curitiba. Categoria criada em 2005 já conta com 50 carros no grid.



**ETAPAS**

- 1ª etapa: 24/03 | Curitiba (1)
- 2ª etapa: 14/04 | Interlagos (2)
- 3ª etapa: 12/05 | Interlagos (2)
- 4ª etapa: 09/06 | Interlagos (2)
- 5ª etapa: 28/07 | Interlagos (2)
- 6ª etapa: 15/09 | Rio Hondo (3)
- 7ª etapa: 13/10 | Goiânia (4)
- 8ª etapa: 11/11 | Interlagos (2)
- 9ª etapa: 24/11 | Interlagos (2)



A categoria do automobilismo que mais cresce no Brasil é também a mais charmosa e a mais competitiva, atraindo um número cada vez maior de pilotos de todos os níveis. Afinal, onde mais você poderia ver um ex-piloto de F1 (e atual Fórmula-E), Felipe Nasr, e o vocalista do Iron Maiden, Bruce Dickinson, acelerando os bólidos alemães em solo nacional?

Os números também comprovam o sucesso. A Porsche Cup estreou 2005 com bravos 12 carros e, nesta temporada, tem formado grids diferentes com um total de 50 veículos. Um recorde, que faz da categoria criada por Dener Pires uma das mais respeitadas do calendário mundial organizado pela própria Porsche.

Dickinson, claro, foi piloto-convidado e disputou apenas parte de uma prova realizada em maio, em Interlagos. O campeonato oficial, chamado Porsche GT3 Cup Challenge 2018, estreou em março, no circuito de Curitiba, e deverá encerrar o calendário em novembro, na capital paulista — com direito a uma etapa internacional, na Argentina, em setembro. Ao todo, são nove provas, disputadas nas modalidades Sprint (de 25 minutos mais uma volta) e Endurance (de 3h ou 5h de duração, para duplas ou trios de pilotos). Há também a classificação por pilotos, entre os Carrera Cup e os GT3 Cup, conforme o nível de performance.

O carro do ano é o novíssimo 911 GT3, de 460cv e velocidade final de reta na casa dos

**VOANDO NAS PISTAS**  
A Avantto estreou sua equipe na Porsche GT3 Cup Challenge na etapa de abertura, em Curitiba, em março, e vem obtendo ótimos resultados.



280 km/h. Por regra, todos os carros têm o mesmo motor e preparação, largando com a mesma quantidade de combustível. A exceção é o peso embarcado, que varia conforme uma tabela de compensação de até 35kg extras, de acordo com a posição do piloto no ranking do campeonato ou pelo seu nível de profissionalização. Tudo para equalizar diferenças e aumentar a competitividade.

Nesta temporada, a **Avantto** estreia na categoria como patrocinadora master de uma das equipes da GT3 Cup. O carro, de número 18, é pilotado pelo experiente Carlos Ambrósio, campeão da então Porsche Cup Sport, em 2016. A empresa também conta com um *hospitality center* dentro dos boxes da equipe, para receber convidados e os clientes **Avantto**.

“A HORA DE MAIOR ADRENALINA É NA LARGADA: TEM MUITA GENTE NA DISPUTA, É CARRO PARA TODO LADO!”



Carlos Ambrósio, 52 anos, é o nome identificado no carro de número 18 da Avantto. Campeão da categoria em 2016 e com larga experiência como piloto de motos em rally (ele já correu o Paris-Dakar e mais de dez Rally dos Sertões), Carlinhos conversou com a revista sobre esta nova fase da carreira.

#### **Avantto Lifestyle Magazine – Qual a principal diferença entre pilotar motos e carros?**

**CARLOS AMBRÓSIO** – A sensação de segurança, é enorme. Para quem vem de pilotar motos em rally, então, a diferença foi absurda! Com certeza, minha esposa e minhas filhas estão muito mais tranquilas agora (risos).

#### **Avantto – Mas o nível de competitividade na Porsche Cup é alto. Sempre tem toques entre os carros, não?**

**AMBRÓSIO** – A hora de maior adrenalina é na largada: tem muita gente na disputa, é carro para todo lado! Isso é outra diferença grande para o rally, onde você larga de 30 em 30 minutos. Na Porsche sai todo mundo junto e se você for ficar preocupado em não tocar em ninguém, vai ficar para trás.

#### **Avantto – Você estreou na categoria em 2008.**

##### **A categoria evoluiu de lá para cá?**

**AMBRÓSIO** – Muito! O número de carros aumentou, dois grids com mais de 20 carros cada, as diferenças de tempo estão nos décimos de segundo, é muito apertado. Isso tudo vem da capacidade do Dener (Pires, organizador) de equalizar os carros e ter tornado tudo muito competitivo.



# DORMIR BEM É FUNDAMENTAL

POR CAU SAAD

O sono é considerado um dos grandes reguladores das funções vitais, fundamental para a reestruturação da saúde física, mental, e pré-requisito para realização plena das atividades diárias. É durante o sono que corpo se recupera, poupa energia e faz a manutenção do organismo, além de regular os hormônios responsáveis por manter em dia nossas funções endócrinas. Por tudo isso, os distúrbios do sono podem gerar alterações significativas no funcionamento físico, ocupacional, cognitivo e social da pessoa.

A qualidade do sono e qualidade de vida estão fortemente relacionadas. Um indivíduo com distúrbio do sono tem grandes chances de sofrer consequências que englobam os domínios de saúde física: o bruxismo, a insônia e a apnéia. Além disso, aumentam a propensão a depressão, ansiedade e desatenção.

## EVITE A LUZ

Um ponto que afeta a qualidade do sono é o uso de televisores, smartphones, tablets no horário próximo de dormir, pois a emissão de luz pode afetar ou retardar o sono. Isso porque a luz pode enganar nossa glândula pineal – que produz a melatonina, substância que induz o sono – e o nosso corpo achar que é dia, quando já é noite.

## REPARAÇÃO MUSCULAR

Enquanto o corpo descansa, inicia-se a produção de GH, que é o hormônio do crescimento. Ele age repondo a energia do desgaste físico diário, executando o processo de recuperação das células e órgãos, e auxiliando no crescimento e fortalecimento dos músculos.

## O SONO REM

Quando comparado com os outros estágios do sono, no momento em que o indivíduo encontra-se no sono REM (a fase mais profunda) ocorre um aumento na temperatura e no fluxo sanguíneo cerebral, além de um maior consumo de oxigênio. Em adultos, essa fase constitui cerca de 20 a 25% do tempo total de sono.

“

A qualidade do sono e qualidade de vida estão fortemente relacionadas.

Um indivíduo com distúrbio do sono tem grandes chances de sofrer consequências que englobam os domínios de saúde física.

”

## QUANTO DEVO DORMIR?

As necessidades diárias de sono dependem do funcionamento diário de cada organismo, tendo em vista a presença de déficit atribuído ao número de horas de sono. Noites bem dormidas são sinônimos de restauração energética para o equilíbrio físico, químico e mental.

O que mais prejudica o bom sono são a restrição e a fragmentação. Restrição pode ser a alta demanda de trabalho. Já a fragmentação é consequência de condições médicas e/ou fatores ambientais.

## RESTAURAÇÃO DO INDIVÍDUO

São três processos de sono para esta recuperação:

- **CIRCADIANO:** Período de 24 horas, no qual ocorre uma regulação entre os ciclos de sonolência e de alerta.

- **HOMEOSTÁTICO:** Influencia a intensidade do sono. Quando está em condições normais, modulam a fase circadiana do sono;

- **ULTRADIANO:** Alternância entre o sono não-REM e sono REM, com alterações no ritmo circadiano e no sono.

## AS FASES DO SONO

- **FASE 1:** É a do sono leve. O corpo desacelera, os olhos vão se fechando lentamente. É quando ocorre os chamados espasmódicos – as contrações musculares.

- **FASE 2:** Corresponde a 50% do sono, com diminuição da tensão muscular, temperatura corporal, batimento cardíaco, respiração e do movimento dos olhos.

- **FASE 3:** Início do sono profundo. O cérebro começa gerar as ondas deltas – combinações de ondas lentas com ondas rápidas.

- **FASE 4:** Segunda do sono profundo, o cérebro trabalha para as ondas deltas lentas e é quando se encontra a chave para acordar revigorado e disposto pela manhã.

## ATIVIDADE FÍSICA AJUDA O SONO...

Segundo o American Sleep Disorders Association, os exercícios são considerados uma intervenção não-farmacológica para a melhoria do sono. A atividade física reduz as reservas energéticas corporais, aumentando a necessidades de sono.

## ... E VICE-VERSA

É sabido que um sono de qualidade é fator de suma importância para o ganho de desempenho físico. A associação entre a secreção de hormônio de crescimento (GH) no início do sono e a fase de ondas lentas é o processo mais importante.

## SEU REFÚGIO

DEFRUTE OS FINAIS DE SEMANA  
E FERIADOS EM UMA DAS SETE  
MARAVILHAS DA NATUREZA.



# BELMOND HOTEL DAS CATARATAS

IGUASSU FALLS

DESCONECTE-SE E APROVEITE O TEMPO PARA CRIAR LEMBRANÇAS MEMORÁVEIS  
COM ACESSO EXCLUSIVO ÀS CATARATAS DO IGUAÇU.

APROVEITE OFERTAS ESPECIAIS PARA BRASILEIROS: [BELMOND.COM/ESPECIALBRASIL](https://www.belmond.com/especialbrasil)

HOTÉIS | TRENS | CRUZEIROS FLUVIAIS | JORNADAS | [BELMOND.COM](https://www.belmond.com)

PARA RESERVAS LIGUE PARA (21) 2545 8787 OU PELO E-MAIL [RESERVATIONS.BRAZIL@BELMOND.COM](mailto:RESERVATIONS.BRAZIL@BELMOND.COM)

# WELCOME A BOARD

ELEGÂNCIA E ATITUDE EMBARCAM  
NESTE VÔO REPLETO DE LOOKS PODEROSOS  
E QUE VALORIZAM A BELEZA DA MULHER BRASILEIRA.

FOTOS: **SÁVIO MARCOS**

VESTIDO: **LA BELLE BANDAGE**





VESTIDO: LA BELLE BANDAGE





VESTIDO:  
LA BELLE BANDAGE



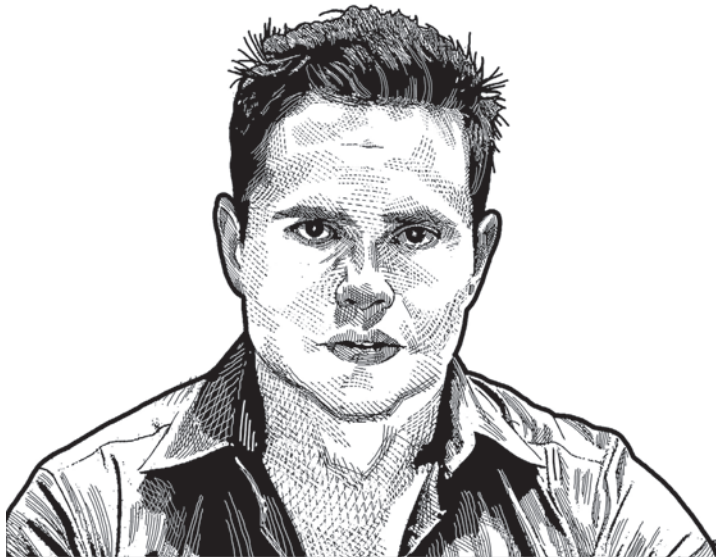
VESTIDO: LA BELLE BANDAGE

PRODUÇÃO DE MODA **ALINE NEPOMUCENO**  
MODELOS **CAROLINE BITTENCOURT, GABRIELLA**  
**BORGES E NICOLE GUEDES**  
LOOKS **LA BELLE BANDAGE**  
LOCAÇÃO **HBR**

**ONDE ENCONTRAR:**  
LA BELLE BANDAGE (11) 98362-6658



VESTIDO: LA BELLE BANDAGE  
BOLSA: CHANEL



# CIMENTO QUEIMADO: O CORINGA NA DECORAÇÃO

POR **DIEGO REVOLLO**

**Q**uem acompanha meu trabalho sabe o quanto sou fã do cimento queimado. Por termos no portfólio alguns exemplos em que o material é marcante, é comum a procura por clientes por esse material. Sendo cada projeto único, procuramos usar o material dentro de um contexto que explore ao máximo o seu potencial estético e funcional. E o resultado sempre nos surpreende!

Mais que um coringa na decoração, já que pode ser usado em diversos projetos combinado com diversos tipos de materiais e cores, ele é um acabamento barato. Do lado funcional, tem a grande vantagem de poder ser usado praticamente em todos os ambientes da casa, já que se comporta bem em relação aos diferentes usos. Talvez esta seja a grande vantagem: a padronização de um único acabamento, que atende diferentes usos, que é elegante, que agrada do ponto de vista estético, que não é frio e que, ainda, tem preço bom.

Separei quatro projetos nossos que exemplificam o uso do cimento queimado misturado a outros materiais, obtendo resultados diferentes, marcantes e conferindo personalidade ao projeto.

## 1. INDUSTRIAL LOFT 2010

Aqui foi nosso primeiro contato com o material. Na ocasião, pretendíamos um resultado bem masculino e um apelo industrial. Optamos em usar o material no tom cinza concreto misturado com bastante ferro, a cor preta, aço inox e madeira também no tom preto. A maior surpresa foi poder aplicar o cimento sobre os tijolos existentes mantendo a textura e desenho, mas padronizando no tom do concreto. No quarto, além do piso, parede e teto, toda a área do banheiro também foi no cimento, padronizando o espaço que já era integrado ao quarto. Na decoração

“  
Do lado funcional, o cimento queimado tem a grande vantagem de poder ser usado praticamente em todos os ambientes da casa, já que se comporta bem em relação aos diferentes usos.

seguimos com tons neutros, cinzas e pretos e conseguimos um projeto moderno que agrada não só a homens como também a mulheres.

## 2. REAL PARQUE LOFT 2012

Para fugir do projeto anterior, nos arriscamos a misturar o cimento cinza médio à madeira, e sugerimos trabalhar com o Cumaru maciço e a folha de Pau Ferro Natural. A ideia da madeira traria o aconchego que o novo cliente buscava e a madeira castanha avermelhada misturada ao cinza era original

e ousada ao mesmo tempo. Ficamos extremamente satisfeitos com o resultado, principalmente no banheiro, onde conseguimos uma combinação que até hoje é procurada pelos clientes fãs de cimento.

## 3. VILA LEOPOLDINA LOFT 2013

Quando achávamos que já tínhamos explorado toda a versatilidade do material, em 2013, o escritório foi procurado por um cliente que queria algo diferente dos projetos anteriores, com mais cor. O projeto amadureceu nesse sentido e tons fortes de roxo e bordo junto ao amarelo vivo foram os escolhidos para entrarem também na estrutura do projeto e não só na decoração. Era importante que a cor aqui não fosse apenas pontual ou meramente decorativa. Ela deveria ter um papel tão preponderante como o do cimento que, nesse caso, assume a cor do concreto. O resultado foi harmônico, moderno e com bastante personalidade, o que nos fez concluir que o material era realmente um coringa.

## 4. INDUSTRIAL LOFT II 2017

Extremamente seguros da versatilidade do material e de sua capacidade de se combinar com diferentes cores e materiais, partimos para este projeto com o pedido do cliente de usarmos o cimento queimado na área social misturado a madeira mel (Tauari Maciço) e a tonalidades de azul. Algo que, na decoração, se destaca principalmente no tapete que abraça todo o ambiente. Não satisfeitos com a nova combinação, resolvemos ousar ainda mais no banheiro: fazendo-o inteiro em cimento queimado preto no piso, paredes e teto. O cimento na cor preta manteve as principais características do material, principalmente a elegância e o resultado aconchegante. Mas nos abriu novas possibilidades de cores ao fugirmos das tonalidades cinza que até então estávamos acostumados.



# A CAPITAL DA ALEGRIA

A CIDADE MAIS DESCOLADA DA ESCANDINÁVIA É TAMBÉM O QUE REÚNE A MAIS ALTA QUALIDADE DE VIDA. SAÚDE E EDUCAÇÃO GRATUITOS, EMPREGO FARTO, MOBILIDADE URBANA, SUSTENTABILIDADE E UMA GASTRONOMIA DE EXCELÊNCIA EXPLICAM BOA PARTE DA FELICIDADE DE QUEM VIVE EM COPENHAGEN. MAS HÁ UM MOTIVO MAIOR POR TRÁS DE TANTOS SORRISOS. DESCUBRA QUAL.

POR **FABIANO MAZZEI**



O nome é Copenhagen, mas bem que poderia ser “cool-penhagen”. Afinal, a capital dinamarquesa não só figura entre as listas das melhores cidades para se viver no planeta ano após ano, como também é vista por moradores, turistas, artistas, designers e arquitetos como o lugar que melhor define o ideal de perfeição do lifestyle moderno. Áreas verdes, bairros planejados, transporte eficiente, arquitetura urbana que traz bem-estar e uma clara preocupação com a sustentabilidade e o meio ambiente. Não bastasse tantos atributos, Copenhagen pode se gabar de reunir 19 estrelas Michelin dentre os seus restaurantes. Fica difícil competir.

Com pouco mais de 1,2 milhão de habitantes, a cidade investe para dar aos residentes e visitantes a melhor experiência de cidadania. Para quem vem a lazer (são nove milhões de turistas por ano), Copenhagen também encanta e está sempre pronta a surpreender.

Vamos passear pela cidade – de bicicleta, é claro – e entender como todos estes valores se apresentam. E entender o que os dinamarqueses fazem para serem tão felizes.



**FELICIDADE**  
Moradores de Copenhague, capital da Dinamarca, privilegiam o contato social e tentam equilibrar a jornada de 37h de trabalho por semana com o mesmo tempo para família e amigos.





### ELES ANDAM MAIS DE BICICLETA

Mais de 60% dos moradores de Copenhague se locomove sobre duas rodas e só 29% das famílias têm carro. Para atender as necessidades dessa turma, uma estrutura viária completa – conectada a outros modais como o metro, trens e ônibus –, com viadutos, pontes e mais de 350km de faixas exclusivas no perímetro urbano. Fora isso, tem as “Cycle Superhighways”, pistas expressas que conectam a capital à 23 cidades vizinhas destinadas apenas a quem faz a viagem de bicicleta. No país todo, aliás, existem mais de 12 mil quilômetros de pistas com sinalização especial para este tipo de transporte.

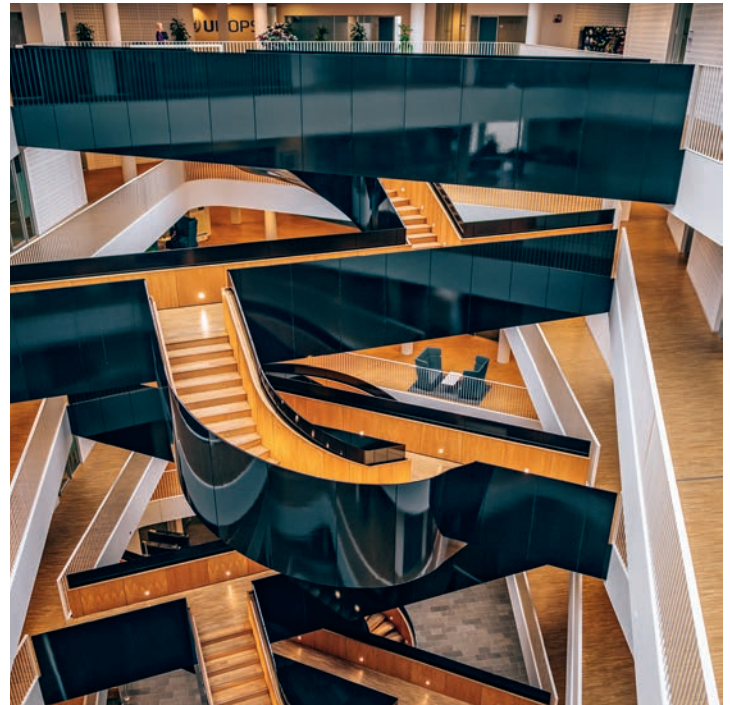
### ELES PENSAM NO PLANETA

O governo de Copenhague assumiu um compromisso público: quer fazer da cidade a primeira do mundo a neutralizar 100% do carbon que produz até 2025. Para tanto, investem não apenas no modal bicicleta, mas também em parques eólicos e fazendas de energia solar. O lixo, por exemplo, é transformado em gás para abastecer o sistema de aquecimento dos prédios públicos e os ônibus são movidos a eletricidade.

A iniciativa privada também tem feito a sua parte. Hoje, 70% dos hotéis na cidade

### MOBILIDADE

Ponte exclusiva para ciclistas, a Cykelslangen foi inaugurada em 2014 (no alto). Prédios públicos como a Royal Library (acima) ou os edifícios da ONU (à dir.) e Royal Opera House podem ser acessados por bicicletas ou pelos “boat bus”, que circulam pelo canal.







são sustentáveis. Já os prédios novos nascem com sistemas inteligentes de gestão de energia, climatização e reuso total da água.

#### ELES PROTEGEM O VERDE

Num país com apenas três meses de sol na média – e basta ele dar as caras para que parques e praças fiquem lotadas –, cuidar das áreas verdes é mais do que obrigação. Em toda a capital existem desde parques tradicionais, como o Jardim Botânico e a região dos lagos, até bolsões rurais – isso mesmo! – como a reserva Vestamager, com vacas e ovelhas pastando e tudo.

Fora isso, a prefeitura tem investido em pequenas áreas verdes, outrora terrenos desocupados, nos bairros mais periféricos. Além de proporcionarem lazer à vizinhança, estas porções de terra ficam a um nível mais baixo do que a rua, ajudando a absorver a água da chuva e evitar enchentes.

#### ELES ADOTAM A BOA ARQUITETURA

Passear por Copenhagen é como caminhar por uma galeria de obras-primas da arquitetura de eras distintas. De um lado da harbour, os castelos do século 17 e 18, como o Frederiksborg e Kronborg, remetem a uma época de opulência e podem ser visitados. Na margem oposta da zona portuária, complexos moderníssimos – como o Royal Opera House, o BLOX e o Black Diamond, um anexo da Royal Library cujo prédio original é 1648 – marcam a paisagem.

Essa coexistência pacífica resultou em práticas arquitetônicas que favorecem a cidade e seu morador. Praças, boulevards, decks à beira do canal e hubs de conexão de meios de transporte são o legado deixado por estes empreendimentos.

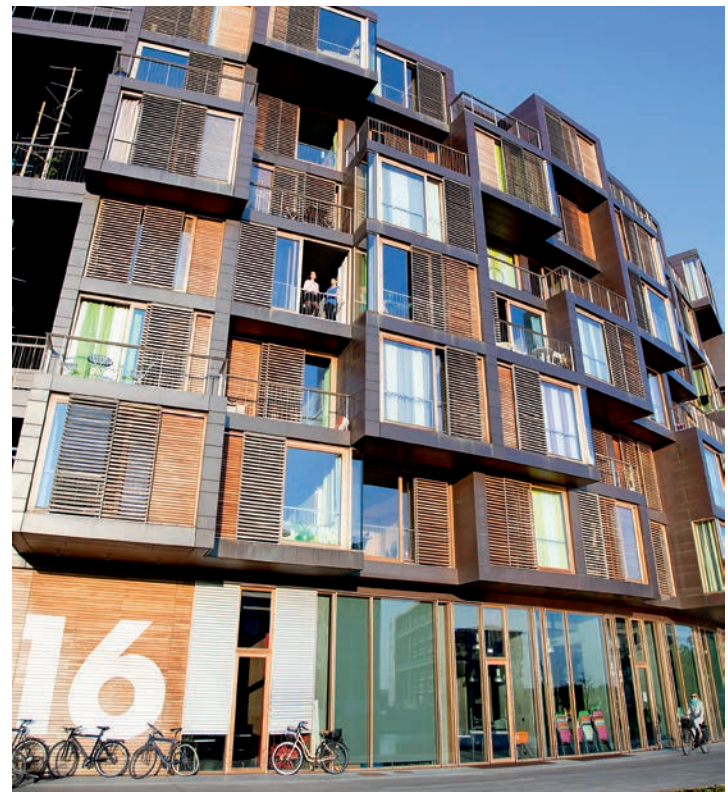
Já em bairros mais residenciais, a busca pela melhor arquitetura atende ao cidadão. Projetos como o VM Mountain e o Tietgen Dormitory, no distrito de Ørestad, além de acumularem prêmios mundo afora, são exemplos



#### HARMONIA

A nova e a antiga arquitetura convivem em harmonia na capital dinamarquesa.

Projetos modernos como o VM Mountain (no alto) e Tietgen (ao lado) são exemplos de ocupação urbana para moradias populares. Já os castelos Kronborg (foto do meio) e as torres seculares das igrejas Saviours (ao fundo) e Nikolaj são ícones da arquitetura do século 17 e 18 na cidade.





de aproveitamento do espaço urbano para moradias de baixo custo e alto impacto social.

Não à toa, essa vocação de Copenhagen tem atraído não apenas os melhores arquitetos do país – Bjarke Ingels, Lundgaard & Tranberg e Henning Larsen –, mas também estrelas internacionais como o francês Jean Nouvel, o japonês Kengo Kuma e o holandês Rem Koolhaas. Há tanto o que se ver que é possível se contratar passeios dedicados exclusivamente à visitação destes edifícios. Prepare a câmera porque há muito o que fotografar!

#### ELES SE DIVERTEM MAIS

Festivais de música, clubes de jazz, pubs e uma infinidade de galerias e museus. A agenda cultural do ‘copenhagener’ é repleta de opções e eles fazem questão de aproveitá-la. Se a ideia é pub, para provar a cerveja nacional Carlsberg, aprenda já expressão “hygee!”: ela define a sensação de felicidade de se estar entre amigos.

Se a proposta for mais ‘cult’, o menu é variado. Do clássico Museu de História Nacional, no castelo de Frederiksborg, ao moderno M/S Maritime. Nos arredores, as opções são Arken Museum e Louisiana Museum de arte moderna. E o Designmuseum, onde se pode acompanhar a evolução do design escandinavo, com destaque para Arne Jacobsen, filho da terra e autor das icônicas Egg Chair e Swanson Chair.

Mas se fazer compras é a pedida, a rua Strøget, um boulevard com cinco quarteirões de extensão, tem todas as *brands* de luxo.

#### ELES COMEM (MUITO!) BEM

A dieta orgânica vem ganhando cada vez mais espaço na mesa do dinamarquês. Na capital, 24% de todo alimento consumi-

#### SABOR

O novo Noma 2.0, recém-reinaugurado, foi considerado por cinco vezes em sete anos, o melhor restaurante do mundo. Ao lado o tradicional sanduiche aberto dinamarquês, o ‘smørrebrød’. Abaixo, o salão sofisticado do restaurante TRIO.





### ÍCONES

O design escandinavo muito bem representado no Designmuseum, que traz peças de Arne Jacobsen, criador das cadeiras Egg e Swanson Chair. Abaixo, o Tivoli Gardens, um dos primeiros parques de diversões do mundo e símbolo da Copenhague.



do é desta origem. Nas repartições públicas – escolas, creches, hospitais – 88% do que é servido é orgânico.

Quando se parte para um tour gastronômico, as opções saudáveis se multiplicam a cada temporada. Do premiado Geranium (com três estrelas Michelin), passando pelo casual Relae e os descontraídos Gro Spiseri – um rooftop orgânico no centro – e Gemyse, com sua mesa comunitária dentro de uma estufa de vidro num jardim, vale a pena reservar um tempo no roteiro da viagem para conhecê-los.

Mas, claro, não deixe de provar o “smørrebrød”, o típico sanduíche aberto dinamarquês, com diversos tipos de recheio: arenque, salmão, ovos e vegetais. E também vale conhecer os mercados, como o Torvehallerne, e o street food da cidade, no WestMarket e The Bridge Street Kitchen.

### E TÊM ESTRELAS DE SOBRA NA COZINHA

Mas não se pode ir à mesa em Copenhague sem lembrar das 19 estrelas Michelin espalhadas pelos restaurantes da cidade. O mais famoso deles, claro, é o Noma – agora, Noma 2.0. Reaberto no início do ano após criteriosa reforma nos ambientes, tem no seu chef, René Redzepi, seu líder, com um menu sazonal e apoiado em fornecedores locais sustentáveis – o que é a tônica da “new nordic cuisine”. Há outros estrelados também, propostas como o Kadeau, o 108, AOC, e o tradicional Kong Hans.

### MAS ELES TÊM ALGO A MAIS...

A Dinamarca foi considerada o país mais feliz do mundo pela ONU, no estudo World Happiness Report (2016), e a sua capital é o suprasumo deste sentimento. Mas a despeito de tamanha qualidade de vida que desfrutam e a felicidade implícita nisso, há um outro fator que pode explicar de forma mais lúdica a origem desse permanente sorriso no rosto: o Tivoli Gardens. Bem no coração da cidade, foi fundado em 1843, sendo um dos primeiros parques de diversões do mundo. Nos anos 1950, Walt Disney visitou o lugar e prometeu que tentaria recriar aquela atmosfera de magia em seu país. Anos depois, nascia a primeira Disneyland, na Califórnia. Talvez seja este o motivo de tanta alegria. Afinal, como não viver sorrindo se as gerações que crescem ali convivem com uma roda gigante e um carrossel dentro de casa.



### COMPRAS

O boulevard Strøget, com suas lojas de luxo, cafés e bistrôs. Ao lado, uma das muitas áreas verdes da cidade, sempre buscadas pelos moradores nas temporadas mais quentes do ano.



HOTÉIS

# LUXO E AVENTURA

REDE HOTELEIRA NO CHILE UNE OS CONCEITOS PARA OFERECER AOS HÓSPEDES PASSEIOS DE TIRAR O FÔLEGO E CONFORTO PADRÃO CINCO ESTRELAS.

Por **FABIANO MAZZEI**



#### **VULCÃO À VISTA!**

Trekking pelos vulcões do Atacama – como o Lascar, ao fundo na foto – é dos passeios mais procurados por quem busca a região.

**O** que você vai fazer nas suas férias? Que tal subir um vulcão ou caminhar por oito horas até a base de um maciço de granito de 3.000m de altura? Experiências assim, que trocam a preguiça tradicional do período de descanso por doses generosas de adrenalina estão cada vez mais em voga no turismo global.

As chamadas “viagens de aventura” têm se tornado a primeira opção de uma turma que quer relaxar a mente estressada do trabalho ‘cansando’ o corpo em atividades outdoor que testem os seus limites físicos. Tudo, entretanto, sem abrir mão do conforto. Suítes espaçosas, camas king size, amenities sustentáveis, gastronomia de chef e um spa para relaxar do dia em meio a natureza devem fazer parte do roteiro. Diante disso, uma rede hoteleira no Chile captou esta mensagem com rara habilidade e tem combinado o luxo com a aventura em pontos remotos daquele país: o grupo Tierra Hotels.

Fundado pelo empresário Miguel Purcell, o grupo conta com três hotéis dentro deste perfil (além de um ski resort, em Portillo, inaugurado pelo pai, Henry), explorando o alto potencial do ecoturismo chileno nas regiões do Deserto do Atacama, na ilha de Chiloé e na inóspita Patagônia. Em comum, as propriedades oferecem atividades que vão de escalada do vulcão Lascar, a 5.600m de altitude no norte do país, ao trekking sob baixas temperaturas até a base da maior cadeia de montanhas do sul do Chile: as Torres del Paine.

“Como nossa família é de esportistas, sempre buscamos descobrir novos rincões no Chile fazendo trekking, à cavalo ou de caiaque”, conta Purcell, em entrevista a **Avantto Lifestyle Magazine** (leia mais no box da página 69). “Assim, podemos nos conectar à natureza, chegando a lugares menos explorados”.





#### CONFORTO

A jacuzzi externa com vista para o vulcão Licancabur é só um dos atrativos do Tierra Atacama. Quartos amplos e com janelões panorâmicos amplificam o prazer.

#### DESAFIOS E DESCOBERTAS

Estar em locais tão inusitados do planeta é um convite a aventuras mais radicais. Claro, o hotel Tierra também oferece passeios mais tranquilos, feitos de carro e com todo conforto. Mas para curtir todo o potencial da viagem, escolher opções mais desafiadoras é o indicado. Assim que se faz o check-in, é agendada uma reunião com o chefe das excursões (cada hotel tem o seu). É ele quem vai ajudar a definir o melhor roteiro outdoor conforme o tempo de estadia e a condição física do hóspede.

No Atacama, por exemplo, há tours por salares (grandes lagos de sal), lagunas altiplânicas, vales como o da Luna e o de Marte, termas naturais de águas mornas e a observação de flamingos, ave típica da região. Mas aquele que é considerado o deserto mais seco e alto do mundo, a 3.600m acima do nível do mar, tem também outra alcunha: a de ser o lar dos vulcões. São mais de 150 deles, com sete considerados adormecidos – sem atividade há milhares de anos. O mais famoso, Licancabur (5.920m), fica bem na fronteira com a Bolívia e só pode ser acessado através do país vizinho. É ele também que surge diante das janelas dos 32 quartos do hotel, já que fica bem em frente à propriedade.

Pouco menor, o vulcão Lascar é um dos mais procurados pelos trekkers. Com 5.592m, sua ascensão exige preparação.

“Recomendamos cinco dias de estadia, pelo menos, para a aclimatação”, conta o guia do Tierra Atacama, Mauro Cuevas. So-



mente após uma série de subidas menos íngremes nos dias anteriores é que se autoriza o acesso ao Lascar. No total, são 3km de aclive moderado, momento em que o ar rarefeito mostra a sua força e exige perseverança do hóspede. O passeio inteiro leva seis horas e dois terços disso é feito à pé. Ou seja: é preciso preparo físico para encarar, com noites bem dormidas, alimentação balanceada e zero de álcool. O prêmio para tanta dedicação é uma inesquecível visão da cratera do vulcão – e uma dúzia de histórias para contar depois de se viver algo tão incomum. Afinal de contas, quantas pessoas você conhece que já subiram um vulcão?

#### DE COMER COM OS OLHOS

A gastronomia é o ponto forte do Tierra Chiloé, graças a proximidade com o Oceano Pacífico. Mas a arquitetura do hotel também impressiona aos visitantes.





**MIMETISMO**

Arquitetura do Tierra Patagônia se funde com a paisagem diante do Lago Sarmiento e com as Torres del Paine ao fundo. Do lado de dentro, salas de contemplação, como a Egg Room, para momentos de relax após os passeios.

**QUANDO IR:**

**TIERRA ATACAMA** – aberto o ano todo.  
**TIERRA CHILOÉ** – de setembro a maio.  
**TIERRA PATAGÔNIA** – de outubro a maio.  
 Sempre pacotes All Inclusive.  
 Mais informações: [www.tierrahotels.com](http://www.tierrahotels.com)

**DE BIKE EM CHILOÉ**

Partindo do norte rumo ao sul encontra-se o Tierra Chiloé, na ilha de mesmo nome, cercada por rios e florestas de um lado, e pelo Oceano Pacífico de outro. O local tem fauna e flora riquíssimas, que deixaram até Charles Darwin boquiaberto e sua visita por lá, em 1834. A dica, então, é explorar a ilha de bicicleta, com trilhas de diversos níveis de dificuldade.

Há também passeios à cavalo, caminhadas pelas escarpas que permeiam o litoral e saídas de barco para conhecer as pequenas ilhas vizinhas.

Chiloé é como uma escala para se recuperar o fôlego pós-Atacama. Aproveite para curtir a natureza de forma mais contemplativa, mas não menos interessante. Visitas culturais e até uma divertida pescaria ajudam a restabelecer as energias para o que está por vir.

**SAI A ALTITUDE, ENTRA O VENTO.**

No extremo oposto ao Atacama está a Patagônia chilena, uma das regiões mais desafiadoras do planeta. O Tierra Patagônia está localizado imediatamente ao lado do parque nacional e a 200m do Lago Sarmiento, onde se pode caminhar bem próximo à margem, na companhia de guanacos (um parente da lhama) e sendo observado por condores, a ave-símbolo da Patagônia.

No menu de atividades, destaque para a visita aos fiordes, que pode ser feita de bike ou à cavalo, a pesca do salmão patagônico, ou remar um caiaque até as imensas geleiras desprendidas no lago criado pelo Glaciar Grey. Mas, no quesito encantamento, o trekking até a base das Torres del Paine é um dos campeões de audiência. As chamadas “Torres Azuis” pelos índios locais são compostas por uma cordilheira que se ergue abruptamente do solo e alcança 2.300m de altura, na média. A caminhada até lá demora cerca

de oito horas e, embora não seja considerada de nível difícil, requer muito preparo físico. O principal obstáculo talvez sejam as rajadas de vento, que podem chegar a 60km/h. Portanto, se o guia da excursão mandar deitar no chão, é melhor obedecer. Mas, de novo, a recompensa ao final é avassaladora: estar ao lado de um maciço de granito com três torres – a mais alta com 3.050m – que se ergueu da superfície há 13 milhões de anos é uma experiência para poucos.

**GASTRONOMIA E ARQUITETURA**

Incurões na natureza são a tônica dos hotéis Tierra, mas não são o único destaque. Voltar a um deles após um dia intenso de atividades é tão prazeroso quanto o passeio em si. Isso porque as unidades oferecem um nível de conforto muito acima do esperado para quem imagina o turismo de aventura como algo entre dormir em redes e comer sanduíches e barrinhas de cereal.





Suítes amplas com banheira de hidromassagem, decoração rústico-chic, amenities e tratamentos relaxantes no SPA são muito bem-vindos após se passar horas caminhando no deserto ou escalando montanhas. Fora isso, tem a gastronomia, com boas escolhas de receitas típicas de cada região, revisitadas por chefs profissionais – o que fortalece ainda mais a experiência local. E, ademais, como negar uma taça de ótimos tintos carmenère ou pinot noir ‘made in Chile’, aos pés da lareira no lobby bar, depois de um dia tão intenso?

Em todas as unidades a arquitetura também é parte do pacote de deslumbramento. Ela foi pensada para dialogar com a paisagem, seja pelo desenho da estrutura, seja pelos materiais – físico e humanos – empregados. Muita madeira, imensas janelas de pele de vidro e pedras nativas, complementados por uma décor minimalista. Dentre os edifícios, chama a atenção o exterior do Tierra Patagônia, projeto assinado por Cazú Zegers, que emerge de um desnível de rocha e areia. Já nos interiores, o projeto de Matías González e Rodrigo Searle para o Tierra Atacama privilegiou as vistas dos quartos e uma piscina de borda infinita emoldurada pelo vulcão Licancabur ao fundo.

A experiência Tierra é, portanto, um menu repleto de opções e encantamentos. Em comum, uma reconexão do homem moderno com a sua origem. Frio, calor, vento, altitude, neve, areia, subidas íngremes e desfiladeiros que testam o limite físico e mental de cada hóspede, fazendo-o sentir mais vivo. Algo que só contato íntimo com uma natureza em seu estado mais bruto pode proporcionar.



**DESAFIO**

Trekking de oito horas para a base das Torres del Paine é o ponto alto da visita ao Tierra Patagônia. Passeio exige prepare físico, mas compensa cada passo.

**“QUEREMOS SER UM BOM VIZINHO E CELEBRAR A CULTURA LOCAL.”**  
Miguel Purcell, diretor do Tierra Hotels, fala com a Avantto.

**Avantto – Como surgiu a ideia do Tierra Hotels?**

**Miguel Purcell** – A inspiração nasceu em outro hotel nosso, o Ski Portillo. Lá começamos a buscar novos destinos para diversificar a oferta fora da temporada de esqui. Como nossa família é de esportistas e apaixonada por aventura, sempre gostamos de descobrir novos rincões no Chile fazendo trekking, de caiaque ou à cavalo, chegando a lugares menos explorados. E quisemos oferecer isso aos nossos clientes.

**Avantto – Viver a experiência local é uma tendência no turismo mundial.**

**Como isso ocorre no Tierra?**

**Purcell** – Em cada destino nós incorporamos excursões que permitam viver as tradições locais. Na Patagônia, pode-se conhecer fazendas e dividir

um ‘asado’ com os gaúchos; no Atacama, visitar artesãos que trabalham com cactos; e, no Chiloé, visitar igrejas seculares ou provar do curanto, um prato que se faz cozido com pedras quentes sob a terra.

**Avantto – Como o hotel trabalha com a sustentabilidade?**

**Purcell** – Desde a origem, nós trabalhamos com este conceito – da base arquitetônica ao design de interiores dos hotéis. Procuramos nos somar à paisagem com equilíbrio. Além disso, cuidamos da gestão dos recursos naturais, como a geração de energia. No Atacama, nosso parque de energia solar abastece 100% do hotel. Tudo porque queremos ser um bom vizinho e celebrar a cultura local.



**MIGUEL PURCELL,**  
Respeito à natureza e cultura locais são premissas do grupo Tierra.



OS DESTINOS MAIS EXCLUSIVOS PARA VOCÊ CHEGAR DE **AVANTTO**.

# BOTANIQUE HOTEL & SPA (SP)



No chamado Triângulo das Serras, entre os municípios de Campos do Jordão, São Bento do Sapucaí e Santo Antonio do Pinhal, o hotel adota o pós-luxo para atrair hóspedes em busca de experiências genuínas. Conforto e exclusividade marcam o lugar, bem como a gastronomia e uma biblioteca repleta de raridades.

[www.botanique.com](http://www.botanique.com)

Partida **São Paulo (SP)**  
Destino **Campos do Jordão (SP)**

Distância: **147 km**  
Aeronave AVANTTO:  
**Airbus B4 H130**  
Tempo de voo: **40 minutos**  
Coordenadas:  
**22°46'53.0"S/45°39'45.8"W**  
Local do pouso:  
**O próprio hotel.**





OS DESTINOS MAIS EXCLUSIVOS PARA VOCÊ CHEGAR DE **AVANTTO**.

# SOLAR DO IMPÉRIO (RJ)

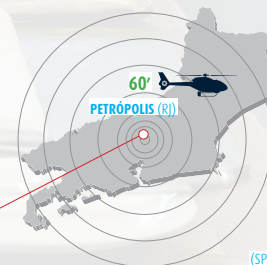
Na charmosa Petrópolis, serra fluminense, uma viagem no tempo dentro desta propriedade restaurada do fim do século 19, e que já hospedou a Princesa Isabel. Instalações amplas, mobiliário clássico e até uma carruagem se encarregam de levar o hóspede a se sentir como os nobres da época. Destaque para o bellissimo jardim e para as paredes do restaurante Imperatriz Leopoldina, pintadas à mão pela artista francesa Dominique Jardy.

[www.solaroimperio.com.br](http://www.solaroimperio.com.br)



Partida **São Paulo (SP)**  
Destino **Petrópolis (RJ)**

Distância: **370 km**  
Aeronave **AVANTTO**:  
**AW 109 Agusta Power**  
Tempo de voo: **60 minutos**  
Coordenadas:  
**22°24'33"S/43°8'53"W**  
Local do pouso:  
**Heliponto Vila Real (RJ)**  
Translado Hotel: **30 min** (carro)



OS DESTINOS MAIS EXCLUSIVOS PARA VOCÊ CHEGAR DE **AVANTTO**.

# HOTEL SAINT ANDREWS (RS)

A vista deslumbrante do Vale do Quilombo (foto), na Serra Gaúcha, é apenas mais um dos atrativos do primeiro exclusive house do Brasil. São 19 suítes, adega premiada pela Wine Spectator, spa, boulangerie, piscina coberta e um cigar lounge para degustação de charutos raros. O hotel ainda realiza noites de celebração enogastronômica, apoiado por maisons como a Dom Pérignon. Não à toa, é reconhecido como o único Relais & Châteaux de montanha no País.

[www.saintandrews.com.br](http://www.saintandrews.com.br)



Partida **São Paulo (SP)**  
Destino **Canelas (RS)**

Distância: **787 km**  
Aeronave **AVANTTO:**  
**Embraer Phenom 300**  
Tempo de voo: **1h40 min.**  
Coordenadas:  
**29°21'53.01"S/50°19'38.54"W**  
Local do pouso:  
**Aeroporto de Canela e Gramado (RS)**  
Translado Hotel: **10 min** (carro)



# Bem-vindo por você

“Existe um lugar onde pessoas singulares se sentem em casa. Onde sonhos se transformam em realidade e a realidade em algo extraordinário que faz com que cada momento seja unicamente especial. Um lugar não só feito para pessoas, como também por pessoas por suas essências e singularidades que fazem desse lugar a sua casa.

Bem-vindo à sua casa,  
Casa Grande Hotel



**CONSULTE SEU AGENTE DE VIAGENS**  
Av Miguel Stéfano, 1001 - CEP: 11440-530 - Enseada Guarujá/SP - Brasil  
55 13 3389.4000 hotel@casagrandehotel.com.br  
**[casagrandehotel.com.br](http://casagrandehotel.com.br)**





# TENDÊNCIA DE VIAGEM: GLAMOUROUS CAMPING, O GLAMPING

POR **TOMAS PEREZ**

**N**ão conheço alguma criança que não tenha pensando em algum momento da infância em acampar. A aventura está no nosso imaginário desde muito cedo. Já adulto, quem nunca se pegou pensando em ficar em um destino remoto, longe de tudo, distante da rotina do dia a dia? E, hoje, o que seria o mais próximo daquele sonho de infância? Uma tendência que está ganhando corpo como uma experiência de viagem é o *glamping*. A palavra vem da combinação dos termos *glamorous* e *camping*. **Em resumo, seria um acampamento em tendas bem sofisticadas e, muitas vezes, com serviços melhores do que os de um hotel.** Design, alta gastronomia, alguma rusticidade que é absolutamente charmosa, spas e uma grande diversidade de atividades adaptadas para cada destino. O *glamping* é também uma forma de integrar o hóspede à natureza – sem nunca abrir mão do conforto.

Hoje, há alternativas de *glamping* em muitos destinos – das estepes da Mongólia, passando pela Islândia, onde podemos observar a aurora boreal, até chegar às savanas africanas, em uma experiência ainda mais incrível, com roteiros que incluem safáris em reservas naturais ainda intocadas.

**O continente africano é um dos meus lugares preferidos do mundo e muito famoso pelos camps.** Na Tanzânia é possível até mesmo acompanhar a grande migração no Parque Nacional de Serengeti **acampado bem próximo da rota dos animais.** Nos lodges do Roving Bush-tops, os hóspedes ficam em uma tenda de cem metros quadrados em local que pode variar de

“

O fascinante espetáculo da migração de gnus e zebras (na África) pode ser testemunhado das varandas das sofisticadas suítes privativas. É a natureza vista de camarote.

”

tempos em tempos, percorrendo o Vale do Seronera, sempre com vista panorâmica da savana e com conforto minucioso.

No Quênia, o Mara Expedition Camp, do Great Plains Expedition, é um acampamento de alto pa-

drão, com cinco confortáveis tendas perfeitamente desenhadas para quem está em busca de vivências inesquecíveis. Pequeno, **como um refúgio**, acomoda no máximo dez viajantes no cenário mais cobinado de toda a África. O fascinante espetáculo da migração de gnus e zebras pode ser testemunhado das varandas das sofisticadas suítes privativas. É a natureza vista de camarote.

**Na Islândia, nos sentimos pequenos em meio aos vulcões, gêiseres e glaciares que enchem os cenários do país de uma beleza pra lá de incomum.** Essa grande diversidade natural da Islândia inspirou os *glampings* em Reykjavik e arredores, a fim de **proporcionarem experiências que ficam gravadas para sempre na memória.** Imagine dormir sob as estrelas do norte do planeta em uma noite especial e ser surpreendido pelas danças de luzes da aurora boreal? Pensando no fenômeno, alguns *glampings* são totalmente transparentes!

**Muita emoção, com conforto e sofisticação, espera pelos visitantes na Reserva Selinda,** em Botsuana, em um elegante acampamento para observação da vida selvagem. No Selinda Explorers Camp, rústico e moderno encontram harmonia na decoração feita sob medida para, no máximo, dez visitantes em um ambiente onde a tranquilidade é absoluta. Durante as refeições ou nos momentos de descanso, o tempo passa devagar... Já durante os safáris, a euforia toma conta dos hóspedes ao avistar bem de perto leões, búfalos, girafas e outros animais da savana. **São muitas as opções hoje mas se ainda houver dúvida, lembre-se que é só no *glamping* que a nossa conexão com a natureza é total.**



# MISSÃO CUMPRIDA

HOSPITAL CRUZ VERDE AJUDA A CRIANÇAS E JOVENS COM PARALISIA CEREBRAL GRAVE A TER MAIS QUALIDADE DE VIDA. A RECEITA É UMA SÓ: AMOR AO PRÓXIMO.

Por **FABIANO MAZZEI**

Uma história que começou há 60 anos, em dezembro de 1958, em uma pequena casa no bairro de Moema, zona sul de São Paulo. Ali, lideradas por um professor, Dr. Antonio Branco Lefèvre, um grupo de pessoas passou a oferecer ajuda médica e social a pacientes vítimas de paralisia cerebral grave e seus familiares. Nasceu, assim, o Hospital Associação Cruz Verde que, em seis décadas, se tornou referência nacional no assunto e, hoje, atende 18 mil pessoas por ano.

Com a atual sede no bairro da Vila Clementino, na capital paulistana, o Cruz Verde conta com 204 leitos para internações gratuitas, vinculados ao SUS, e um ambulatório para até 25 atendimentos diários. O hospital conta também com salas de fisioterapia e piscina adaptada para hidroterapia. O foco são crianças e adolescen-

tes portadores da enfermidade, a maior parte tetraplégicos e com necessidade de auxílio intensivo para atividades primárias, como alimentação e higiene pessoal. Para dar conta de toda essa gente, uma equipe de 300 funcionários fixos e 50 voluntários trabalha incessantemente.

“Nossa missão é dar mais qualidade, mais dignidade de vida a essas pessoas que não terão sua recuperação plena e precisam de tratamento adequado e atendimento multidisciplinar”, comentou Marilena Palácios, superintendente do hospital.

A assistência é completa e integral, fornecendo alimentação e dietas específicas, medicamentos, vestuário, além de um apoio total às famílias dos pacientes. Contudo, cerca de 40% dos pacientes da associação estão em estado de abandono e sequer têm acompanhamento de paren-

tes. “Nestes casos, suprir a carência afetiva é parte importante do tratamento”, conta a superintendente.

Para lidar com tantos desafios, Marilena diz que a receita é uma só: “Temos o pilar profissional, falando da equipe, mas todas as nossas ações são norteadas pelo pilar do amor”, diz. “Respeitar e amá-los é uma oportunidade para nós da equipe também. Aprendemos muito com os nossos pacientes.”

Além da verba recebida do Ministério da Saúde, por conta do atendimento via SUS, o Hospital Associação Cruz Verde é mantido por doações e por um programa de associados que ajuda a custear os gastos diários. Para os interessados em saber maiores detalhes de como participar, basta acessar ao site [www.cruzverde.org.br](http://www.cruzverde.org.br) ou pelo telefone (11) 5579-7335.



#### TODO CUIDADO

Crianças e jovens com paralisia cerebral grave são o foco do trabalho da associação. Assistência envolve diversas áreas médicas, como a odontologia.







**MODELO**

Com mais de 60 anos de história, a Associação Cruz Verde se tornou referência nacional, seja pela equipe médica titular, seja pela infraestrutura completa, que inclui uma piscina indoor para hidroterapia.





TENDÊNCIA

# DE VOLTA PARA O FUTURO

AERONAVES NÃO-TRIPULADAS SERÃO UMA REALIDADE NA PRÓXIMA DÉCADA. PORTANTO, APERTE OS CINTOS, ASSUMA O CONTROLE DO JOYSTICK E CONHEÇA ALGUNS DESTES PROJETOS QUE MUDARÃO O JEITO DE VOAR NO MUNDO.

Por **FABIANO MAZZEI**

**A** era dos vãos não-tripulados, sem a presença do piloto, para o transporte de passageiros está bem próxima de se tornar realidade. Start-ups e grandes fabricantes da aviação civil – como a AirBus, com seu protótipo Vahana – têm investido pesado e testado os primeiros protótipos – inclusive com a presença de seres humanos à bordo.

Há também projetos que colocam uma pessoa comum – sem o devido treinamento de pilotagem – no comando da aeronave, ou mesmo taxi aéreos para transporte de curta distância dentro de áreas urbanas. Seja como for, esta revolução na aviação mundial está prestes a acontecer. Questões como autonomia de voo, sistemas de segurança e capacidade de recarga estão sendo equacionadas e, muito em breve, veremos estes veículos cruzando os céus das cidades.

## **VOLOCOPTER**

O projeto da empresa alemã tem como premissa democratizar o voo urbano, ou seja: um taxi aéreo que qualquer um poderá pilotar.

Com 18 rotores elétricos, o veículo tem velocidade final de 70km/h e autonomia de 27 minutos de voo contínuo a uma velocidade constante de 50km/h.



### EMBRAER

A empresa brasileira apresentou, em maio, o seu projeto de taxi aéreo autônomo, durante a conferência Uber Elevate Summit, em Los Angeles. O veículo, ainda sem nome, teria capacidade para transportar quatro passageiros. A meta é realizar o primeiro voo teste em 2020 e passar a operar o UberAir já três anos depois, em Dubai – e, inicialmente, ainda assistido por um piloto.

### AIRBUS PopUp

Em parceria com o estúdio italiano ItalDesign, o AirBus PopUp é uma ousada proposta de veículo autônomo, que pode ser pilotado pelo próprio condutor. Apresentado em 2017, é um multimodal associado a um chassis de automóvel, para ser acoplado quando usado em terra. Elétrico, ele poderá ser controlado pelos passageiros via aplicativo – ou mesmo ser totalmente conduzido sem intervenção humana.



### YS6

Da empresa britânica Martin Warner, será capaz de transportar até dois passageiros a uma altura de 450m e a uma velocidade de 112km/h. Com baterias de lítio e três grandes rotores, terá alcance de 130km. O primeiro teste com passageiros deve acontecer ainda neste ano.



### EHANG 184

Criado por uma start-up chinesa, o veículo para até dois passageiros tem decolagem e voo autônomos, propulsão elétrica e um sistema de aterrissagem imediata em caso de perigo. Testes em Dubai (vazio) e na China, já com humanos à bordo, foram bem-sucedidos.



# COMO FUNCIONAM ACORDOS COMERCIAIS NA AVIAÇÃO CIVIL

POR **JOSÉ MARIO CAPRIOLI**

**“A** Azul leva você até Paris”. Esse é o mote da campanha que estamos divulgando em diferentes cidades do país para comunicar o início das nossas operações para a capital francesa. Os voos diretos e regulares para Orly, aeroporto mais próximo da capital francesa, começam no dia 05 de julho, com partidas do principal centro de conexões da Azul, em Campinas. Esse mercado inédito é resultado de um acordo de codeshare com a companhia aérea francesa Aigle Azur.

Mas você sabe exatamente como esse acordo compartilhado funciona? Quem viaja com frequência ou acompanha o noticiário sobre o setor aéreo, com certeza, já deve ter ouvido falar em “codeshare” e “interline”. Para quem não sabe, esses termos em inglês nada mais são do que contratos comerciais entre duas companhias aéreas, que têm por objetivo fortalecer a malha de voos e multiplicar as opções de destino das empresas envolvidas.

Mais comum entre companhias de diferentes países, o “interline” facilita a vida do passageiro, já que, no momento da compra, ele pode emitir um único bilhete para voar em qualquer uma das duas empresas. Dessa forma, um cliente pode voar conosco de Campinas a Roma com uma parada em Lisboa. O trecho até a capital portuguesa é cumprido pela Azul, enquanto a viagem para a Itália fica a cargo da empresa parceira, neste caso, a TAP. Outro benefício vigente nesse tipo de acordo é o despacho único das bagagens, da origem do voo até o destino final.

“

Os termos “codeshare” e “interline” são contratos comerciais entre duas companhias aéreas, que têm por objetivo fortalecer a malha de voos e multiplicar as opções de destino das empresas envolvidas.

”

No codeshare, os benefícios são praticamente os mesmos: emissão de bilhete único e o mesmo privilégio de despacho das malas. A diferença é que nesse acordo as empresas desenvolvem políticas comerciais, de planejamento e fidelização em conjunto. Melhor para o passageiro, que pode, por exemplo, acumular os pontos da viagem no programa de fidelidade das duas operadoras. Companhias que assinam esse termo, em geral, prestam serviços semelhantes, oferecem produtos com qualidade equiparada e, por tudo isso, estão mais intimamente ligadas.

Mais além, também é comum que as empresas envolvidas no codeshare compartilhem sua malha de voos, analisem as opções de conectividade e definam quais frequências vão receber o código do parceiro. É um trabalho recorrente, que, aqui na Azul, é realizado semanalmente. O acordo de codeshare, ao contrário do interline, precisa ser aprovado pelos órgãos internacionais que regulam o setor aéreo.

Entre interlines e codeshares, nossa empresa tem uma extensa agenda de acordos comerciais. Se unirmos esses acordos com a expansão das nossas frequências para o exterior, veremos que a malha internacional da Azul vem crescendo exponencialmente a cada ano. Isso significa ainda mais opções de destinos para os nossos clientes. Voando com a gente ou com uma de nossas parceiras, você poderá viajar para uma milhares de cidades no Brasil ou no mundo. Incrível, não é mesmo? Então, venha aproveitar sua próxima viagem conosco!



## Air BP agora em Santos Dumont.

A aviação executiva já pode contar com o **alto padrão de segurança e qualidade Air BP** também no aeroporto de Santos Dumont.

[www.airbp.com.br](http://www.airbp.com.br)

NOVIDADES

# OTIMISMO EUROPEU

COM RECORDE DE EXPOSITORES, FEIRA EBACE 2018,  
NA SUÍÇA, DEBATE TEMAS COMO SUSTENTABILIDADE  
E INOVAÇÃO PARA O FUTURO DA AVIAÇÃO EXECUTIVA.

Por FABIANO MAZZEI





**EM ALTA**  
Com 54 aeronaves no patio do Aeroporto de Genebra e 418 expositores, evento deste ano refletiu o bom momento do mercado europeu.



#### INOVAÇÃO

O jetpack criado pelo ex piloto Yves Rossy, que comandou o evento de abertura na Palexpo, em Genebra. Abaixo, o mockup do business jet da Boeing.



Um pátio externo lotado, com 54 aeronaves estacionadas. No pavilhão coberto, 418 expositores, um recorde. Com números superlativos, a última edição da EBACE (European Business Aviation Convention & Exhibition) 2018 indica que o otimismo voltou para o mercado de aviação executiva na Europa.

O evento realizado no final de maio, no Aeroporto Internacional de Genebra, contou com lançamentos de aeronaves – como o novo Global 7500, da Bombardier –, a estreia de fabricantes e concorridos painéis de discussão sobre temas que nortearão o segmento nos próximos anos. Sustentabilidade, tecnologia e tendências de mercado ficaram no centro dos debates, realizados em área exclusiva destinada aos seminários, chamada Innovation Zone.

“A EBACE mostrou que a indústria está focada em inovação e investimentos no futuro. Novas aeronaves, novos modelos de negócios, os palestrantes e as tendências que discutimos apontam para um setor que está olhando para o amanhã”, comentou o presidente e CEO da NBAA (National Business Aviation Association), Ed Bolen.

#### Veja alguns destaques do evento:

##### COMPROMISSO SUSTENTÁVEL

A EBACE 2018 serviu de pano de fundo para o lançamento do guia “Future of Sustainable Fuel”, sobre o desenvolvimento, produção e uso de combustível alternativo sustentável – chamado de SAJF (Safe Alternative Jet Fuel) – na aviação executiva.

O documento foi elaborado e apoiado por uma coalizão de fabricantes, empresas e associações do setor, e visa informar e conscientizar o mercado sobre o compromisso no uso de combustíveis “limpos” para a redução na emissão de gases e a completa neutralização do carbono gerado na queima da querosene aeronáutica a partir de 2020. “Estamos muito orgulhosos de ter contribuído neste projeto, que ajudará a aumentar a disponibilidade de combustíveis alternativos, diminuindo o nosso impacto ambiental”, comentou Juergen Wiese, chairman da EBAA (European Business Aviation Association).

##### LANÇAMENTO

A EBACE 2018 marcou a apresentação do novo e maior avião executivo da canadense Bombardier. O jato Global 7500 é uma evolução do modelo 7000, com maior potência nos motores, melhorando sua capacidade de decolagem e de aterrissagem. Sua velocidade final é de mach 0.92 e sua autonomia de voo chega a até 14.260 km, o que lhe permite fazer Nova York-Hong Kong ou Cingapura-San Francisco sem escalas. O G7500 pode levar até 19 passageiros e deve chegar ao mercado no segundo semestre deste ano, ao preço de US\$ 72 milhões.





#### ANÁLISE

Ed Bolen, CEO da NBAA, se mostrou otimista com o futuro do mercado de aviação executiva na Europa. No pavilhão de eventos, a Innovation Zone foi o local para o debate das tendências e perspectivas.

#### INSPIRAÇÃO

Na noite de abertura do Innovation Zone, o inventor e ex-piloto militar e comercial, Yves Ross fez uma palestra inspiradora sobre sua história com a aviação. Conhecido como Jetman, Ross tem desenvolvido nos últimos anos uma série de máquinas para vôos individualizados, os chamados 'jetpacks'. Seu maior feito foi em 2015, quando conseguiu voar lado a lado com um Airbus A380, em Dubai. Agora, Rossy trabalha em um protótipo que posso decolar do solo e não de aviões ou balões, como tem feito até hoje.

#### MERCADO

O momento do europeu também foi debatido no evento. O setor emprega mais de 374 mil pessoas no continente e vem registrando crescimento contínuo a 16 meses consecutivos. Os efeitos do Brexit e como a nova geração dos millennials encara a mobilidade do futuro também atraíram centenas de pessoas presentes na feira para a sala de convenções da Palexpo.

"A EBACE é a época do ano onde nossa indústria se reúne para destacar o espírito de inovação do setor e seu valor inerente. E estes são os valores que a EBAA promove no ano inteiro, não apenas aqui na feira", afirmou Juerger Wiese.



# VOOS MAIS VERDES

AVANTTO ANUNCIA PARCERIA SUSTENTÁVEL COM A AIR BP PARA NEUTRALIZAR O CARBONO GERADO NA QUEIMA DE COMBUSTÍVEL DAS AERONAVES.

**E**m uma iniciativa inédita no Brasil, a Avantto tornou-se a primeira empresa de aviação executiva nacional a implantar um plano de neutralização das emissões de carbono relativas ao combustível de aviação geradas de suas aeronaves – chamado Programa Carbon OffSet. Esta ação começou em junho, em parceria com a empresa britânica de combustíveis Air BP, fornecedora da Avantto. Assim, toda a emissão de gases gerada pela queima da querosene passou a ser compensada por meio da compra de créditos de carbono de projetos sociais e de sustentabilidade do programa BP Target Neutral, financiado pela Air BP.

Os projetos incluem desde manejo de matas nativas a ONGs que trabalham pelo meio ambiente e pelo desenvolvimento de comunidades carentes dentro da premissa sustentável. No Peru, por exemplo, o programa BP Target Neutral comprou mais de 10 mil fogões à gás para beneficiar a vida de cerca de 450 mil pessoas em comunidades carentes. Com o equipamento, elas deixaram de buscar a lenha para cozinhar, evitando o desmatamento de florestas naquele país. A compensação de carbono com a Avantto vai contemplar enti-

dades com ações no Brasil, que serão previamente avaliadas pelos gestores da parceria.

O objetivo da Avantto é neutralizar um milhão de litros de querosene aeronáutica nos primeiros 12 meses do projeto. Este volume demandará uma compensação equivalente ao efeito na atmosfera provocado pelo trabalho de 175 mil árvores. “Por meio da parceria com a Air BP, damos mais um passo em nossa jornada de sustentabilidade”, disse Rogério Andrade, CEO da Avantto, durante o evento de lançamento do projeto, em maio. “Agora, além de benefícios como segurança, disponibilidade e comodidade, nossos clientes podem também ter as emissões de carbono do combustível de aviação utilizado em suas viagens neutralizadas, uma resposta prática aos desafios climáticos”, afirmou ele. Já para Ricardo Paganini, presidente da Air BP na América do Sul, esta é uma oportunidade que a Avantto oferece aos seus clientes para reduzir o impacto das emissões relacionadas ao uso de combustível de aviação em seus voos, “visando a transição para um futuro de baixo carbono” no setor de aviação executiva.



## UNIÃO

A parceria entre a Avantto e a AirBP é pioneira na aviação executiva brasileira e antecipa compromissos de redução de emissões de carbono regulamentados pela ONU.



**COMPENSAÇÃO**  
Meta do programa Carbon  
Offset é neutralizar o  
equivalente a um milhão  
de litros de combustível  
usado durante um ano.



# Sobre a AVANTTO

## PROPRIEDADE COMPARTILHADA



No sistema de propriedade compartilhada, a aeronave é vendida em cotas que variam de acordo com o modelo de helicóptero ou avião escolhido.

Para cada cota, o cliente tem direito de voar por um determinado número de horas no mês, reembolsando apenas o combustível e as reservas de manutenção referentes ao período voado.

Os custos fixos são divididos entre os cotistas e a Avantto cuida de toda a gestão da aeronave, logística de voos e burocracia aeronáutica.

O compartilhamento proporciona uma redução importante no custo de aquisição e nas despesas mensais, com garantia de disponibilidade da aeronave em 100% das solicitações.

## GESTÃO DE AERONAVES



### DESPESAS REDUZIDAS

Em virtude de sua escala de consumo, a Avantto oferece substancial redução de custos operacionais.



### MANUTENÇÃO DE EXCELÊNCIA

Controle, planejamento e acompanhamento da execução das manutenções.



### INTERCÂMBIO DE AERONAVES

Disponibilidade total, mesmo com a sua aeronave parada. Modelos de aeronave para qualquer tipo de missão.



### LOGÍSTICA SIMPLIFICADA

A coordenação de voos planeja toda a logística das missões de maneira simples, rápida e eficaz.



### TRIPULAÇÃO QUALIFICADA

Rigoroso programa de recrutamento e capacitação para que sempre exista um tripulante disponível para atendê-lo.



## COMPRA E VENDA DE AERONAVES



Aeronaves selecionadas dentro e fora do mercado;  
Avaliação técnica pré-aquisição feita por mecânicos e engenheiros;  
Canais exclusivos de distribuição internacional;  
Acompanhamento de pré-compra com mecânicos e engenheiros especializados.  
Assessoria jurídica e aeronáutica completa;  
O melhor negócio feito pelos melhores profissionais;

## RAZÕES PARA SER AVANTTO



1  
SEGURANÇA



2  
100% DE  
DISPONIBILIDADE



3  
COMODIDADE

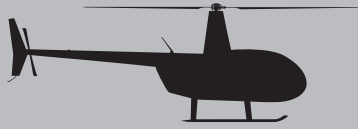


4  
RACIONALIDADE



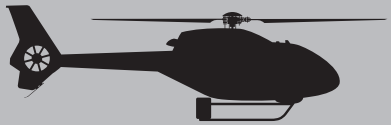
5  
PRAZER

# Nossa Frota



**ROBINSON R44 RAVEN II**  
 Fabricante: **ROBINSON**  
 Lugares (piloto + pax): **1+3**  
 Veloc. de cruzeiro: **185 km/h**  
 Alcance: **620 km**

Excelente custo/benefício Robinson R44 Raven II justifica o título de Helicóptero mais vendido do mundo. prático, ágil, perfeito para movimentação em grandes cidades, tem preferência dos executivos.



**COLIBRI H 120**  
 Fabricante: **AIRBUS**  
 Lugares (piloto + pax): **1+4**  
 Veloc. de cruzeiro: **227 km/h**  
 Alcance: **672 km**

Quando as portas se fecham e o Colibri H 120 decola, você entende porque ele é considerado o helicóptero mais silencioso do mundo. O design arrojado e cabine espaçosa garantem excelente visibilidade.



**ESQUILO B3 H125**  
 Fabricante: **AIRBUS**  
 Lugares (piloto + pax): **1+5**  
 Veloc. de cruzeiro: **222 km/h**  
 Alcance: **596 km**

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



**ESQUILO B4 H130**  
 Fabricante: **AIRBUS**  
 Lugares (piloto + pax): **1+5**  
 Veloc. de cruzeiro: **236 km/h**  
 Alcance: **606 km**

O Esquilo B4 H130 é considerado um dos helicópteros mais silenciosos nos céus, com uma cabine espaçosa e amplas janelas, os passageiros podem desfrutar de vistas maravilhosas durante o voo.

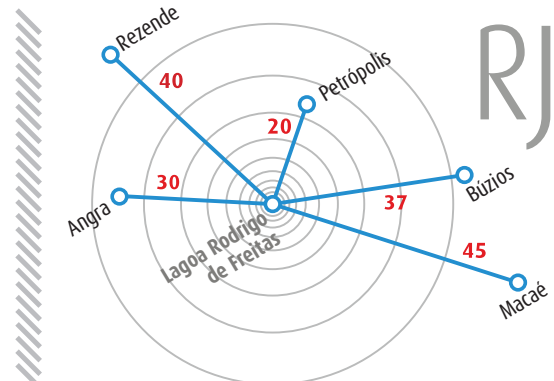
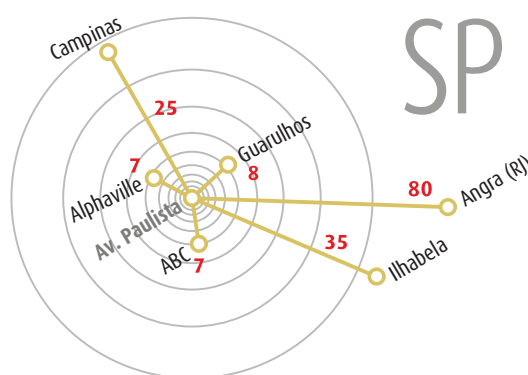


**AW109 POWER**  
 Fabricante: **LEONARDO**  
 Lugares (piloto + pax): **2 + 6**  
 Veloc. de cruzeiro: **282 km/h**  
 Alcance: **930 km**

Oferece os mais altos níveis de sofisticação e desempenho. Com design arrojado, possui espaçosa cabine com amplas janelas, o que garante ótima visibilidade durante o voo. Graças à sua potência, ele pode operar 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**  
 Veloc. de cruzeiro: **722 km/h**  
 Alcance: **2.182 km**

A melhor opção do mercado na categoria jato leve, o Phenom 100 tem estilo, desempenho e conforto. O preferido entre os executivos, ele é capaz de voar de São Paulo ou Rio para as principais capitais brasileiras. Destaque para o baixo nível de ruído na cabine, a capacidade de carga e a velocidade final.



**PHENOM 300**  
 Fabricante: **EMBRAER**  
 Lugares (piloto + pax): **2+7**  
 Veloc. de cruzeiro: **793 km/h**  
 Alcance: **3.649 km**

Com linhas futuristas e acabamento luxuoso, o Phenom 300 é um jato de exclusividade e conforto. Sua cabine projetada pelo designer Worksusa, empresa do grupo BMW. O jato é capaz de voar 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

**Partindo de São Paulo - CGH**



Rio de Janeiro	0:50h	Campo Grande	1:50h	La Paz	2:50h
Curitiba	0:50h	Porto Alegre	1:30h	Santiago	3:30h
Brasília	1:40h	Florianópolis	1:00h	Assuncion	2:00h
Salvador	2:30h	Goiânia	1:40h	Buenos Aires	2:20h
Cuiabá	2:25h	Florianópolis	0:55h	Punta del Leste	2:20h
Belo Horizonte	1:10h	Brasília	1:30h		

**Partindo de Rio de Janeiro - GIG**



São Paulo	0:50h	Palmas	2:40h	Goiânia	1:30h
Vitória	0:40h	Campo Grande	2:20h	Palmas	2:10h
Belo Horizonte	0:45h	Florianópolis	1:30h	Punta del Leste	2:50h
Salvador	2:00h	Porto Alegre	2:00h	Buenos Aires	2:50h
Curitiba	1:10h	Porto Alegre	1:50h	Santiago	3:35h
Brasília	1:40h	Cuiabá	2:15h		



## Love is in the air

A Avantto promoveu em junho uma divertido concurso de Dia dos Namorados junto aos seguidores no Instagram (@avanttooficial). O objetivo era descobrir a quantidade de balões contidos dentro de um dos nossos helicópteros (82 no total). O casal vencedor foi Carlos e Denise Servilheri, que ganharam de prêmio um vôo panorâmico e um brunch, para comemorar a data.



Carlos e Denise embarcam para curtir um sobrevôo por São Paulo antes do brunch oferecido pela Avantto.

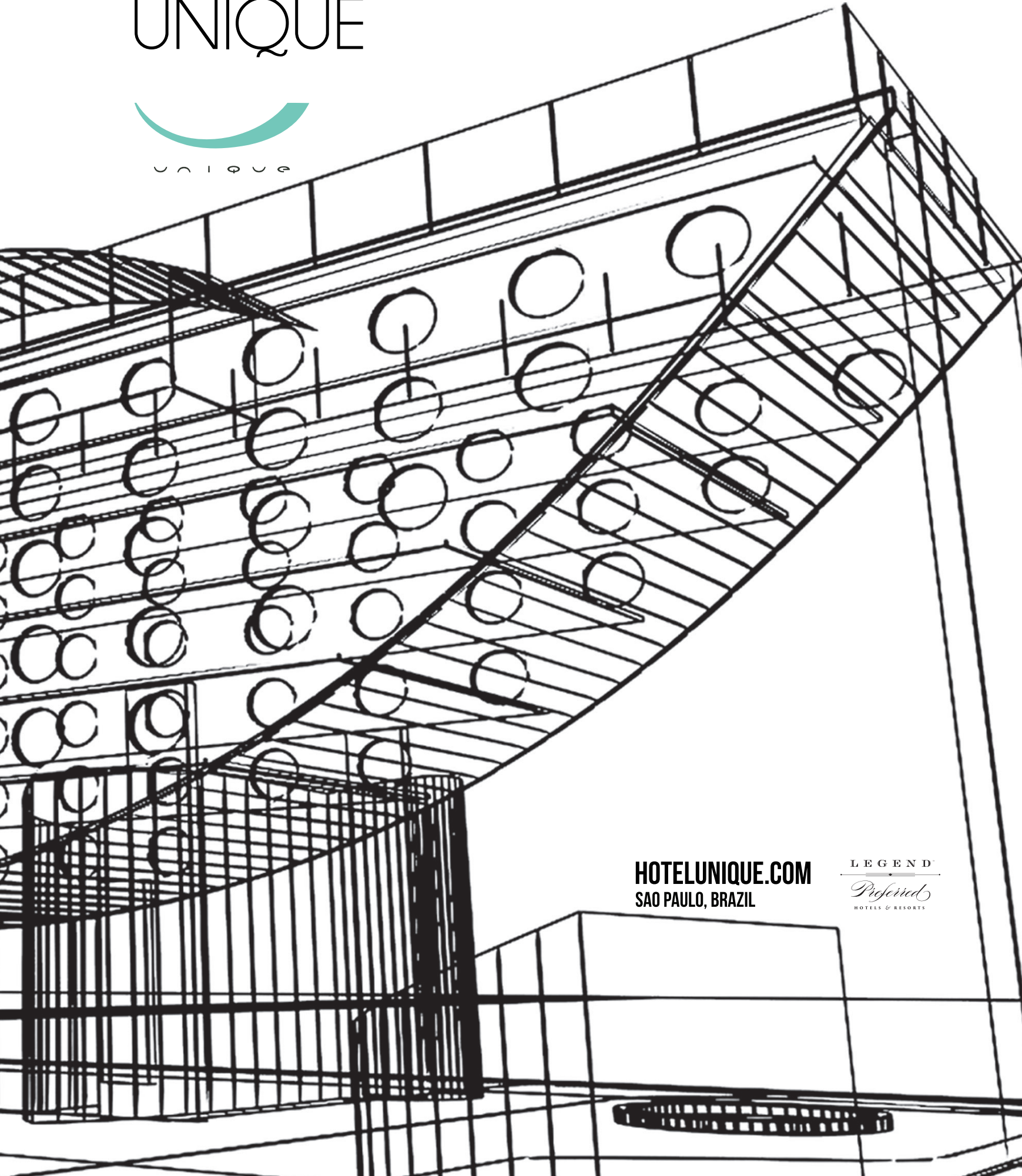


## Confraternização de pilotos

A Avantto realizou o seu tradicional Almoço dos Pilotos, em maio, na capital paulista. O evento reuniu cerca de 40 pilotos que prestam serviços à empresa. O CEO da Avantto, Rogério Andrade, esteve à mesa para celebrar com os seus colaboradores.



# NATURALLY UNIQUE



**HOTELUNIQUE.COM**  
SAO PAULO, BRAZIL

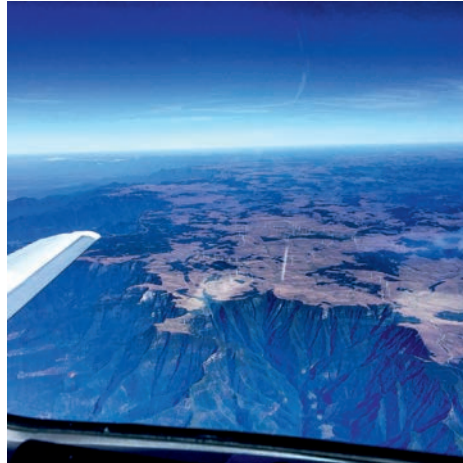
LEGEND  
*Preferred*  
HOTELS & RESORTS

# @avanttooficial

VISTAS ESPETACULARES, CORES DESLUMBRANTES E NOVOS HORIZONTES.  
O OLHAR PRIVILEGIADO DE QUEM VOA AVANTTO PELOS CÉUS DO BRASIL.



**SOB O CÉU DE TRANCOSO.**  
@marx\_ferreira



**ATÉ ONDE A VISTA ALCANÇA.**  
Carlos Navarro



**AS LUZES DE SÃO PAULO.**  
@mausiqueira



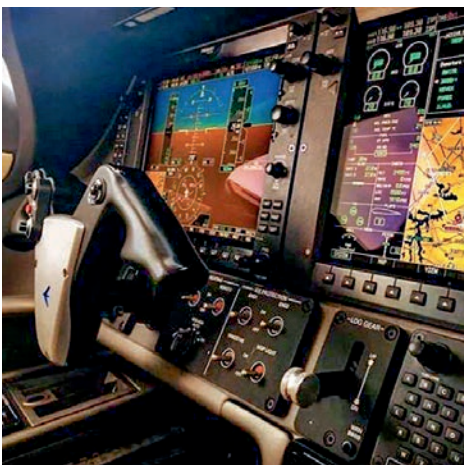
**RIO DE MAR E DE LAGOA.**  
@david\_worcman



**SUNSHINE!**  
@iniciusmarangon



**BARRA SUL, BC/SC.**  
@flysoares



**DESTINO: FELICIDADE.**  
@marx\_ferreira



**PARAÍSO PARTICULAR.**  
@du\_amarula



Instagram

QUEREMOS A SUA FOTO AQUI.  
CLIQUE O SEU MOMENTO E MARQUE COM:

@avanttooficial  
#avantto  
#vidanaavantto  
#vidadepiloto  
#helicópteros  
#jatos



# DESCUBRA O MAIS NOVO HOTSPOT DE SÃO PAULO

SIN AND BE SEEN

Alameda Santos, 1437, 23º andar, Cerqueira César, São Paulo - SP

[reservas@seensp.com](mailto:reservas@seensp.com)

T: 11 3146 5923

[f](https://www.facebook.com/seensaopaulo) [@SEENSAOPAU](https://www.instagram.com/seensaopaulo)

[SEENSP.COM](http://SEENSP.COM)



  
CYRELA  
*by pininfarina*

QUANDO O DESIGN FALA,  
ATÉ O TEMPO FICA EM SILÊNCIO PARA OUVIR.

**2018 | SÃO PAULO - ENTREGA DO PRIMEIRO EDIFÍCIO  
COM ARQUITETURA PININFARINA DO MUNDO**

**46 A 94M<sup>2</sup> | 1 OU 2 VAGAS  
VISITA SOB AGENDAMENTO - RUA FIANDEIRAS, 705**

REALIZAÇÃO E CONSTRUÇÃO:

 **CYRELA**

11 3181.6280 | [cyrela.com.br](http://cyrela.com.br)