



PHENOM  
BY EMBRAER

# 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.





## COMPARTILHAR É UM BOM NEGÓCIO

Aqui e ali, se acumulam exemplos bem-sucedidos de negócios gerados dentro da chamada economia criativa – onde a ideia de compartilhamento de propriedade está inserida. Falar de Airbnb, Uber e Waze são apenas os casos mais conhecidos de um setor que movimentou no Brasil cerca de R\$ 155,6 bilhões em 2015, segundo a Firjan.

Episódios mais recentes, como o do WeWork, confirmam a tendência de que mais e mais pessoas têm aderido à ideia de que “dividir” algo vale mais do que “ter” tudo sozinho. O resultado desta mudança de comportamento é a geração de receitas astronômicas para companhias que apostam neste modelo. A WeWork, por exemplo, faturou no primeiro semestre deste ano US\$ 202 milhões – isso sem contar com o novo empreendimento do grupo, o WeLive. No País, a empresa novaiorquina está presente no Rio de Janeiro e em São Paulo, com meta de aumentar em 50% a sua participação ainda em 2018, e dobrar de tamanho no ano que vem. Números que confirmam, enfim, que compartilhar é um excelente negócio.

Aqui dentro de casa, a **Avantto** confirma essa tendência, com crescimentos anuais consecutivos, mesmo durante o período mais agudo da crise econômica brasileira. O momento é adequado, portanto, para entender o valor do que propomos aos nossos clientes desde o início da empresa, em 2011.

Oferecemos não apenas uma solução de mobilidade – mais do que bem-vinda, sobretudo nas grandes cidades. Nós criamos uma maneira de se adquirir um patrimônio tão valioso quanto um jato ou helicóptero, sem que isso impacte no orçamento. A partir da decisão de compra, a questão passa a ser o quanto se está disposto a investir nisso. E é aí que entramos no jogo.

Compartilhamento de propriedade é a maneira mais inteligente de se usufruir de um bem – seja ele um office, uma casa na praia ou uma suite de hotel cinco estrelas. A experiência do “ser” e não “ter” tem falado cada vez mais alto e a **Avantto** se consolidou no papel de porta-voz desta tendência no Brasil.

No fim do dia, falar de compartilhamento remete à ideia de dividir o espaço e o tempo com as pessoas que mais importam. Família e amigos são sempre ótimos motivos para que se busque o modelo de compartilhamento mais valioso que existe: aquele que divide bons sentimentos e que fazem a vida valer a pena.

É sobre compartilhar negócios, bens e emoções que versa toda esta nova edição da **Avantto Lifestyle Magazine**. Tenha uma boa leitura!

**ROGÉRIO ANDRADE**  
CEO Avantto

### EXPEDIENTE

ANO III / Nº 15 NOVEMBRO 2018

**CEO**  
ROGÉRIO ANDRADE

**PRODUÇÃO DE CONTEÚDO**  
LUXURY CONTENT & CONSULTORIA

**JORNALISTA RESPONSÁVEL**  
FABIANO MAZZEI

**MARKETING**  
JULIANA LIMENA  
REGINA SANTOS

**COLABORARES**  
ANNA CAROLINA KOCH, CAU SAAD, DIEGO REVOLLO,  
FREDDY RABBAT, GUSTAVO FRANCO, JOSÉ MARIO  
CARIOLI, MARCELO FERNANDES, NICOLA CALICCHIO  
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





# Multiplique seu tempo e fique apenas com a melhor parte.

Com o compartilhamento de Aeronaves da Avantto, você tem 100% de disponibilidade, livre de preocupações e por apenas uma fração do custo.



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



AVANTTO  
— ADMINISTRAÇÃO DE AERONAVES —



# Índice

CAPA  
DIREÇÃO CRIATIVA  
E EDIÇÃO DE MODA **BIANCA ZAREMELLA**  
FOTOS **TATO BELLINE** / CAPA IMG  
STYLING **SATOR ENDO** / CAPA IMG  
HAIR **DIEGO MARCSANT** / CASA MIRACOLLI  
BEAUTY **KHEROL KHALIL** / CASA MIRACOLLI  
MODELO **LUCAS BERNARDINI** / FORD MODELS  
REALIZAÇÃO **AGÊNCIA BLOSSOM BRASIL**

PRODUÇÃO:  
CAMISA DE LINHO **RICARDO ALMEIDA**  
CALÇA **CALVIN KLEIN**  
CINTO ACERVO PESSOAL DO STYLIST

RELÓGIO **MONTBLANC**  
BOLSA **GUCCI**  
SAPATO **CHRISTIAN LOUBOUTIN**  
ÓCULOS **CHLOÉ** PARA **MARCHON**  
PULSEIRA EM BORRACHA  
E OURO 18K **ADRIANA SCARPELLI**  
COLAR EM OURO 18K  
E TURMALINA NEGRA **BURITI JOIAS**







---

## BUSINESS

- 10** 3º ENCONTRO TREND & BUSINESS
  - 14** PERFIL: MARIA AMÉLIA ALVES DE LIMA
  - 20** ESPECIAL: ECONOMIA COMPARTILHADA
- 

## STYLE

- 26** CONSUMO: MALAS, BOLSAS E MOCHILAS À BORDO
  - 30** VEÍCULOS AUTÔNOMOS
  - 32** BARCOS DE SONHOS
  - 38** PROSECCO EM ALTA
  - 42** A HISTÓRIA DA GO PRO
- 

## TRAVEL

- 48** DESTINO: TRANCOSO
  - 52** BELMOND HOTEL DAS CATARATAS
  - 58** HOTSPOTS DE PRAIA
- 

## AERO

- 64** ERA SUPERSÔNICA
  - 70** LABACE 2018
- 

## MUNDO AVANTTO

- 74** COMPARTILHAMENTO
- 76** NOSSA FROTA
- 78** SOCIAL BELMOND
- 80** SOCIAL LABACE
- 82** 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



**NICOLA CALICCHIO**

COLUNISTA DE NEGÓCIOS, ELE É  
PRESIDENTE PARA A AMÉRICA  
LATINA E MEMBRO DO COMITÊ  
EXECUTIVO GLOBAL DA MCKINSEY.

Pag. 16



**ANNA CAROLINA KOCH**  
É COLÍDER DA PRÁTICA  
INDUSTRIAL E DE CONSELHOS NA  
CONSULTORIA EGON ZEHNDER,  
RESPONSÁVEL POR BUSCA  
DE EXECUTIVOS COM FOCO  
NO SETOR INDUSTRIAL E DE  
AGRONEGÓCIOS.

Pag. 18



**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. 28



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

Pag. 62



**MARCELO FERNANDES**

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

Pag. 40



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

Pag. 46



**DIEGO REVOLLO**

ARQUITETO PAULISTANO, É UM  
DOS NOMES MAIS PROEMINENTES  
DA NOVA GERAÇÃO. ANTENADO E  
CONTEMPORÂNEO, ELE ASSINA A  
COLUNA DE ARQUITETURA.

Pag. 36



**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. 68





## 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)





Empresários, CEOs, presidentes de companhia e altos executivos e clientes da Avantto estiveram presentes no talk com o economista Gustavo Franco, promovido em parceria com a Rio Bravo Investimentos.



Gustavo Franco e CEO da Avantto, Rogério Andrade



Gustavo Franco conversou com os clientes da Avantto após o talk



Gustavo Franco autografou seu livro para os convidados



Rogério Andrade, CEO da Avantto, sorteia horas de voo cortesia aos convidados do evento



Adriana Celes





BUSINESS

# PERSPECTIVA POSITIVA

NO TERCEIRO ENCONTRO **AVANTTO TREND & BUSINESS**, ANÁLISE DO ECONOMISTA GUSTAVO FRANCO É FAVORÁVEL À RECUPERAÇÃO DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS NO BRASIL PARA 2019.

Por **FABIANO MAZZEI**

**N**um cenário pós-eleições, o economista Gustavo Franco – CSO da Rio Bravo Investimentos e ex-presidente do Banco Central – avaliou como positivo o novo panorama político nacional com boa perspectiva para a recuperação da economia brasileira já em 2019. “O novo presidente eleito é reconhecido por seu temperamento difícil, mas é aberto ao diálogo”, afirmou ele, durante o **3º Avantto Trend & Business**, realizado em 31 de outubro, em São Paulo.

Os convidados – uma plateia de presidentes e CEOs de companhias multinacionais, empresários e altos executivos – foram recebidos pelo CEO da Avantto, Rogério Andrade. Durante o talk, Gustavo Franco destacou que as últimas eleições confirmaram uma mudança na visão política do Brasil. “O que importa é a ventania liberal que parece ter tomado conta. Este novo Congresso é a notícia boa da eleição e o (presidente Jair) Bolsonaro é o símbolo deste anti-petismo, dessa mudança.”

Na análise do CSO da Rio Bravo Investimentos, foi o sentimento de “anti-petis-

mo” que definiu as eleições em 2018. O desejo de mudança teria promovido o banimento de nomes conhecidos da política nacional que não foram reeleitos e perderam os seus cargos, bem como promoveu o surgimento de novas forças como o Partido Novo e o próprio PSL, do presidente eleito Jair Bolsonaro.

“Além disso, um lado positivo do anti-petismo é o crescimento do anseio empreendedor. Estudo do PNAD indica 21 milhões de trabalhadores por conta própria, empregadores e profissionais liberais no País. Fora o trabalhador de carteira assinada nas pequenas empresas que tem um olhar para o seu empregador que não é o da luta de classes. Esse tipo de cultura faz crer que o Brasil está muito preparado para essa nova cabeça pró-empresa, de progresso pessoal, individualista, neoliberal”, comentou Franco.

O economista também comentou sobre a formação de super-ministérios – que, segundo ele, seriam estruturas que não funcionariam, conforme a história e a tradição política –, falou que apoia a adoção de man-

dados para a presidência do Banco Central a fim de garantir a sua independência, e que o uso de reservas internacionais para o pagamento de dívida interna é como “enxugar gelo”, pois acarretaria em afetar negativamente o balanço de pagamentos.

## REPERCUSSÃO

Dentre os convidados, a percepção sobre o talk de Gustavo Franco foi mais do que positiva. Para Adriana Celes Uemura, diretora de marketing do grupo LVMH, o encontro foi oportuno por colaborar a compreender os acontecimentos recentes. “Uma vez superado o dilema da corrupção, agora precisamos ouvir experts como Gustavo Franco para fazer projeções para 2019”, disse.

Para Erik Mazzei, empresário e diretor executivo da startup de tecnologia mindbe, o evento ganhou ainda mais relevância por dar uma expectativa positiva ao ambiente de negócios mesmo na atual conjuntura. “Foi uma ótima oportunidade promovida pela Avantto e Rio Bravo Investimentos para que os empresários ganhem confiança e continuem a investir no Brasil.”





# AS SURPRESAS COMEÇAM AGORA

POR **GUSTAVO FRANCO**

**N**ão houve muita novidade nos resultados para o segundo turno das eleições presidenciais. Jair Bolsonaro obteve a votação prevista nas pesquisas, apenas com um tanto mais de emoção nos últimos dias. Raramente o segundo turno deixa de confirmar o que o primeiro apontava, conforme se viu, inclusive, nas disputas para governos estaduais. Completou-se, portanto, o entorno político com Minas Gerais e Rio de Janeiro, respectivamente segundo e terceiro maior colégio eleitoral do país, com vencedores totalmente desconhecidos, e estreantes na política, Romeu Zema, do Novo, e Wilson Witzel, do PSC. Já em São Paulo travou-se uma luta importante para o futuro do PSDB, uma das chaves para a presidência que se inicia.

As eleições de 2018 estariam a marcar uma derrota importante para o PSDB seja pelos magros resultados do candidato Geraldo Alckmin, sobretudo face aos recursos de que dispunha, pela base construída nos municípios nas eleições de 2016, e pela oportunidade que se apresentava para uma vez mais se credenciar como o adversário do PT, a grande referência negativa da eleição. Mas o partido não exibiu uma proposta convincente de renovação política, parecendo se confundir com seus adversários, inclusive com suas alianças, e assim deixou-se consumir pelo desgaste político que corroeu todo o establishment partidário.

Além de João Dória em São Paulo, o PSDB elegeu o governador do Rio Grande do Sul, o jovem ex-prefeito de Pelotas, Eduardo Leite, e também o governador do estado do Mato Grosso do Sul, com a reeleição de Reinaldo Azambuja. O PSDB perdeu 20 cadeiras na Câmara Federal, passando de 49 para 29 deputados, e perdeu quatro senadores, passando de 12 a 8. Foi uma perda superior à do próprio PT, cuja

bancada federal passou de 61 a 56 deputados e cuja presença no senado foi de nove a seis senadores, com perda de três.

“

Ainda há uma imensa  
poeira política  
levantada pelo pleito,  
mas não há dúvida  
que haverá novidades  
na economia.

O presidente eleito  
não possui simpatia  
às ideias liberais,  
mas, afastar-se delas  
seria um “estelionato”

”

O PT se mantém como a maior bancada na Câmara, ao menos até começaram as trocas de legenda, preservando sua influência no Nordeste do país, ainda que diminuída pela votação expressiva de Bolsonaro na região. É de se ver como ficará essa dominância com o novo presidente eleito. De toda forma, a legenda mostrou grande resiliência e concorreu à presidência com uma candidatura competitiva, talvez em decorrência da figura de Lula. Suas outras lideranças de expressão nacional saíram machucadas do pleito, mesmo Fernando Haddad, que fracassou em montar sua “frente democrática” contra Bolsonaro. Ao ser derrotada para o Senado em Minas Gerais, Dilma Rousseff sofreu uma humilhação que serviu para sepultar em definitivo a “narrativa do golpe”, e os outros guerreiros de sua tropa de choque perderam seus mandatos, à exceção de Gleisi Hoffmann, que se elegeu deputada.

Ciro Gomes tende a crescer sobre o terreno pequista enquanto Lula aguardará atrás das grades o restante das apurações e delações sobre suas condutas. Todas essas divisões e ressentimentos no campo da esquerda poderão reduzir o ímpeto oposicionista, ou a eficácia dessa bancada.

Uma vedete das eleições de 2018 foi o PSL, que tinha apenas um deputado e estava prestes a mudar de nome para “Livres”, numa espécie de “take-over” e se dedicar ao um projeto de renovação liberal na economia e nos costumes, quando a filiação de Jair Bolsonaro ao partido mudou o jogo. Os “Livres” deixaram o partido e seguiram seu caminho em outras legendas, ou como movimento autônomo,





enquanto o PSL sob nova liderança elegeu 52 deputados federais e quatro senadores. O PRN, em 1989, elegeu 40 deputados. Em ambos os casos, a mesma característica, a saber: representam diretamente o presidente.

É claro que o governismo está bem longe de ser novidade no Congresso Nacional. Nesse tópico, e apesar das grandes alterações havidas na composição das duas casas, permanece uma mesma e conhecida dinâmica: o presidente possui uma base majoritária relativamente firme, levemente maior que metade, mas inferior a 2/3. A esquerda possui 1/3 ou menos, de tal sorte que as emendas constitucionais serão sempre difíceis, como têm sido, e requererão um grande esforço no centro do espectro. Nenhuma novidade nesse desenho, apesar da troca de guarda nas duas casas e da não renovação dos mandatos de muitos caciques consagrados.

Ainda temos uns bons meses antes na posse do novo Congresso e um resto de legislatura que pode ser muito útil se o presidente eleito acolher a sugestão de Michel Temer de votar a emenda constitucional da reforma da Previdência tal como proposta e negociada no último ano. Em condições normais, a nova administração não teria razão para fazer esse agrado ao presidente que termina seu mandato, e junto ao qual ninguém gostaria de ser fotografado. Mas a gravidade e a urgência do problema fiscal tornam muito caro o gesto político de recusar o oferecimento.

Não é claro que o pleito que se encerrou no domingo tenha deixado ressentimentos proporcionais às paixões que despertou. A crônica de divergências familiares e entre amigos de diferentes persuasões políticas tem alimentado o anedotário nacional, mas,

“

As incertezas  
ainda prevalecem  
sobre as principais  
iniciativas  
de política econômica.  
Entretanto,  
esse livre-pensar  
sobre possibilidades  
fora da caixa  
está encantando  
os mercados.

”

em última instância, tudo parece indicar que a ameaça à democracia era apenas um de muitos exageros próprios do processo eleitoral. A vida continua exatamente onde parou. Na eleição anterior, ganhou a esquerda, fez uma presidência trágica; agora, ganhou a direita. É simples assim.

Ainda há uma imensa poeira política levantada pelo pleito, mas não há dúvida que haverá novidades na economia. O presidente eleito não possui nenhum histórico de simpatia às ideias liberais, mas, diante dos compromissos assumidos na campanha, afastar-se delas seria um “estelionato”. Na verdade, o eixo ideológico mais claramente discernível no Congresso e mesmo na campanha presidencial foi o anti-petismo, e na economia isso se traduz em pautas que fazem avançar o que o PT abertamente combateu destacadamente: a responsabilidade fiscal e o liberalismo.

As incertezas ainda prevalecem sobre as pessoas a ocupar os postos chave, bem como sobre as principais iniciativas de política econômica. Entretanto, esse livre-pensar sobre possibilidades fora da caixa está encantando os mercados.

Na segunda-feira seguinte às eleições, a volatilidade foi enorme, depois de uma abertura avassaladoramente favorável, mas os principais ativos fecharam em tom de realização de lucros. Na terça-feira, o otimismo se instalou, tudo à base de rumores, vazamentos, sondagens e especulações. Há grande valor simbólico nos movimentos do presidente nesses primeiros momentos, mas é tudo meio fugaz. Há falas longamente ensaiadas, como improvisos nos quais o presidente caminha sobre gelo muito fino. O fato é que, como na fábula “O Mágico de Oz”, não estamos mais no Kansas, uma nova experiência está começando, com muitas surpresas no horizonte.



# VISÃO DE LONGO ALCANCE

Empreendedora desde a adolescência e com olhar apurado para entender os reais anseios de seus clientes, **Maria Amélia Alves de Lima** é uma das mais conceituadas corretoras de alto padrão do Brasil. Entenda o porquê.

Por **FABIANO MAZZEI**

O primeiro cliente foi seu próprio tio. Aos 16 anos, ela “vendeu” ao parente um apartamento no bairro da Bela Vista, zona central de São Paulo. “Naquela época não tinha internet, então, peguei minha mochila e fui de bicicleta pelo bairro procurando apartamentos à venda de prédio em prédio”, relembra. Mal sabia, mas Maria Amélia Alves de Lima dava, ali, o seu primeiro passo para se tornar uma das mais conhecidas e respeitadas corretoras de imóveis de alto padrão do Brasil.

Atualmente, a Meméia, como é chamada carinhosamente pelos seus clientes, está à frente da Terra Lima Imóveis, comandando um time de sete pessoas e com mais de três mil propriedades catalogadas na carteira – inclusive no Exterior.

Em sua trajetória como empreendedora bem-sucedida, Maria Amélia se destaca por buscar de forma genuína entender os reais anseios dos clientes. “Eles precisam ser entendidos muito além do perfil de investimento”, diz.

Em entrevista à **Avantto Lifestyle Magazine**, ela conta um pouco de toda a sua história profissional, define o conceito de viver “alto padrão” em São Paulo e de como a mobilidade aérea já é levada em consideração por sua clientela na hora de escolher um imóvel.

## **Avantto Lifestyle Magazine – Qual foi o seu primeiro imóvel vendido?**

**Maria Amélia Alves de Lima** – Foi um apartamento para um tio meu no bairro da Bela Vista, aqui em São Paulo. Eu tinha 16 anos e meu tio disse que gostaria de comprar um imóvel perto da casa de minha avó, naquele bairro. Então, disse a ele que eu procuraria e, caso encontrasse, que ele pagaria a mim uma comissão. Dito e feito. Naquela época não tinha internet, então, peguei minha mochila e fui de bicicleta pelo bairro procurando apartamentos à venda de prédio em prédio.”

“

A gente faz uma consultoria mais profunda sobre o desejo do cliente e aquele produto que melhor se adequa a ele e ao seu investimento. No final, a gente vende não só imóveis, mas confiança.

”

## **Avantto – Mas como começou profissionalmente na área?**

**Maria Amélia** – Quando voltei de Milão, onde trabalhava como modelo, um grande amigo meu, Ugo di Pace, filho do arquiteto, me ofereceu meu primeiro trabalho como corretora. Ele já atuava com imóveis de alto padrão e eu comecei a negociar e criar a minha primeira carteira de clientes.

## **Avantto – Qual é o desafio do corretor: entender o que cliente quer?**

**Maria Amélia** – Sim, o cliente precisa ser entendido não apenas no seu perfil de investimento, mas no seu estilo de vida e no seu aspecto familiar também. Muitas vezes, o que o cliente diz buscar não bate com aquilo que ele realmente é e cabe à você ‘ler’ isso e oferecer o melhor produto.

## **Avantto – Você é identificada como um dos nomes mais respeitados do segmento de alto padrão. Qual seria o diferencial de sua agência?**

**Maria Amélia** – Costumo dizer que não é apenas a carteira que tem de ser de alto padrão, mas o nosso atendimento principalmente. Temos clientes de imóveis de R\$ 50 milhões e aquele que quer apenas alugar um apartamento de R\$ 8 mil. E o serviço que prestamos tem de ter a mesma qualidade.

Optei, por exemplo, por contratar pessoas que não são corretoras. Não queria vícios de mercado, como forçar a venda, não ser transparente, de se tornar inconveniente. A gente faz uma consultoria mais profunda sobre o desejo do cliente e aquele produto que melhor se adequa a ele e ao seu investimento. No final, a gente vende não só imóveis, mas confiança.

## **Avantto – O que é viver alto padrão em São Paulo?**

**Maria Amélia** – Para o meu público, são imóveis geralmente novos, mais edifícios do que casas, a partir de R\$ 10 milhões, em bairros determinados como o Jardim Europa, Itaim, Jardim Paulistano, com alto nível de segurança, estrutura de lazer e proximidade de serviços essenciais como escola, shoppings e escritórios. A localização em uma cidade como São Paulo é essencial.

## **Avantto – Mobilidade aérea ajuda no seu negócio?**

**Maria Amélia** – Muito! Por exemplo, condomínios no litoral como Laranjeiras, no Rio, onde temos casas à venda e que tem acesso aéreo, é um diferencial importante. Para quem possui aeronave, a busca por casas de veraneio nestes condomínios é maior. Seja Iporanga, no Guarujá, ou Angra dos Reis, no Rio, são lugares que requerem essa mobilidade, seja pela distância ou pelo trânsito nas estradas, principalmente em feriados.









# AS DEZ TRANSFORMAÇÕES DO BRASIL QUE DEU CERTO

POR NICOLA CALICCHIO

**E**m agosto, quase 1.500 executivos se reuniram no Fórum McKinsey para conversar sobre um tema crítico: como se transformar para vencer em um mundo de mudanças aceleradas. Comemoramos também os 30 anos da empresa no Brasil. Nesse período, houve pelo menos 10 grandes transformações no “Brasil que deu certo” que impulsionaram as empresas e impactaram a sociedade como um todo. Nestes tempos de eleições, as mais importantes desde a redemocratização do País, vamos lembrar os vetores que empurraram o País para frente — para evitar darmos passos para trás.

## 10) PLANO REAL

Foi só a partir do Real que o Brasil passou a fazer algo tão básico quanto se planejar, graças à estabilidade de preços. A carteira de crédito ao consumidor cresceu 80 vezes entre 1995 e 2017, marcando a primeira grande inclusão de brasileiros que estavam à margem.

## 9) PRIVATIZAÇÕES

Graças às privatizações, hoje temos telefones em nossos bolsos — e não em nossa declaração de Imposto de Renda. O marco regulatório das telecoms gerou mais de R\$ 400 bilhões em investimentos privados no setor (em valores históricos).

## 8) BOOM NAS COMMODITIES

Demos sorte aqui, mas para aproveitar isso é preciso estar bem preparado. A locomotiva foi a China, mas a produtividade do nosso setor de mineração cresceu quase nove vezes nos anos 2000, enquanto no país como um todo a produtividade cresceu marginalmente.

## 7) A EXPLOÇÃO DO CONSUMO

O acesso ao consumo é a porta da dignidade. Em 1989, 49% dos lares eram de classe média. Em 2017, chegamos a 71%. Quase 80% do aumento total do consumo foi representado pelas classes B/C. Exemplo disso são as mais de 80 milhões de lavadoras vendidas nesse período.

“  
Precisamos deixar  
um país melhor  
para os nossos filhos.  
Não dá pra fugir  
desta obrigação.”

## 6) EXPLOÇÃO DO ACESSO AO CONHECIMENTO

Em 2015, conseguimos colocar todas as nossas crianças na escola. Por outro lado, a qualidade do ensino não melhorou. Nossa pontuação no Programa Internacional de Avaliação de Alunos (Pisa) ficou praticamente estável nos últimos 15 anos, apesar de termos triplicado o investimento em educação. Ao mesmo tempo, o acesso geral à internet criou os primeiros nativos digitais do Brasil: a geração Z, que fala a língua digital, tem comportamento mais horizontal e menos diferenciado por classe social. É o chamado “True Gen”, que busca o consumo da verdade.

## 5) SURGIMENTO DAS MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

As empresas brasileiras profissionalizaram sua gestão e governança. O caso mais emblemático é o da Ambev, que, através de constantes transformações, cresceu 10 vezes em receita e 200 vezes em valor de mercado entre 1999 e 2017.

## 4) CONECTAR O BRASIL AO MUNDO

Há 50 anos, a produtividade do funcionário brasileiro correspondia a 20% de um americano. Cinquenta

anos depois, a nossa produtividade duplicou, mas a dos EUA também. E não conseguimos diminuir essa lacuna. Navegar é preciso: os nove acordos comerciais brasileiros dão acesso a apenas 5% dos consumidores ao redor do mundo. O Chile, por exemplo, tem acesso a 27 acordos comerciais, que permitem acessar 95% do comércio mundial.

## 3) A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Poucas empresas brasileiras estão preparadas para a revolução digital. Mas podemos citar o exemplo do Magazine Luiza, que desde os anos 2000 investe em multicanalidade, integrando o online com o offline.

## 2) NOVA ÉTICA EMPRESARIAL, SOCIAL E POLÍTICA

Na história, seremos sempre julgados pelos valores do futuro, e não pelos valores de nossa época. Não devemos esquecer que são as leis que convergem para a ética, e não o contrário. Empresas verdadeiramente éticas são negociadas com prêmio médio de 54% em relação aos múltiplos de seus pares no S&P. Apesar disso, uma pesquisa recente mostrou que três de cada quatro executivos brasileiros não acreditam que as suas empresas inspirem padrões éticos. O que é preciso fazer? Lutar contra a visão de curto prazo, servir a todos os stakeholders e agir como donos.

## 1) UMA NOVA FORMA DE LIDERANÇA

Surge um novo líder: aquele que alia não só competência, mas caráter e alta capacidade de engajamento de pessoas. Uma pesquisa da McKinsey mostra que 74% dos executivos americanos vêem o talento como mais importante para o sucesso de sua empresa do que o capital. No Brasil, somente 35% dos executivos pensam assim. Precisamos pensar em talento também como diversidade. Empresas mais diversas têm 33% mais chances de terem performance acima da média. Apesar dos altos e baixos do nosso país, eu sou um otimista. Acho que estamos mais engajados enquanto sociedade. Precisamos deixar um país melhor para os nossos filhos. Não dá pra fugir desta obrigação.



# 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](mailto:pa@riobravo.com.br)



**RIO BRAVO**  
INVESTIMENTOS





# CONSTRUINDO O SEU CAMINHO AO CONSELHO

POR ANNA CAROLINA KOCH

**M**uitas vezes ouvi de executivos e empreendedores a pergunta de como podem se preparar para assumirem posições como membros de conselho, tipicamente visto como um 'clube fechado', onde as oportunidades parecem limitadas para aqueles que não pertencem a este restrito grupo de nomes já consolidados no mercado de conselheiros independentes. Para as mulheres, estes desafios parecem ainda maiores, uma vez que os conselhos costumam ser predominantemente masculinos e nem sempre abertos à diversidade de perfis.

Apesar da impressão que muitos têm de que existe uma série de posições de conselhos disponíveis no mercado, o fato é que as cadeiras preenchidas anualmente são bastante inferiores ao número de líderes bem-sucedidos dispostos a preencher essas posições. Como consequência da lei da oferta e da demanda, a barra pode subir consideravelmente na escolha dos membros independentes para um conselho, exigindo daqueles interessados a disputar uma posição bastante planejamento, esforço e diferenciação.

## 1. AVALIE DE FORMA OBJETIVA SEU GRAU DE PRONTIDÃO E PREPARAÇÃO

A primeira recomendação que costumo passar aos interessados em conselhos é que avaliem de forma objetiva se estão de fato prontos para atender de forma satisfatória e consciente as demandas típicas de um conselho, sejam as horas dedicadas na preparação quanto na participação das reuniões de conselho, o escrutínio público no caso de companhias abertas, os riscos reputacionais e as obrigações legais de um conselheiro. O claro entendimento sobre os tipos de conselho e papéis típicos esperados de um bom conse-

“  
Bons cursos podem valer a pena, mas sozinhos não fazem conselheiros diferenciados e preparados.”

lheiro, assim como as dinâmicas encontradas em um conselho com boa performance é muito importante para se entender o que será esperado, ajudando inclusive a definir o tipo de conselho que faz mais sentido para seu perfil técnico e personalidade, além da disponibilidade de tempo que está disposto a dedicar. Pensar sobre todas estas dimensões ajuda inclusive a elaborar as perguntas que precisam ser feitas diante de uma oportunidade, para escolher as oportunidades certas e se evitar 'roubadas'.

- A reflexão pessoal deve ainda passar pela avaliação de suas qualificações pessoais e como estas podem atender as necessidades dos conselhos. Entre as experiências valorizadas estão a gestão de negócios, com responsabilidade por um P&L relevante, e ex-

períse diferenciado em funções críticas para o negócio, seja este em finanças, recursos humanos, digital, entre outros. Um histórico de montar um negócio ou iniciar novas soluções, assumindo riscos, conhecendo novos mercados ou tecnologias ou liderando múltiplos projetos, por exemplo, pode ajudar a acelerar o caminho para conselhos. As perguntas que você deve responder para si de forma absolutamente franca são: de que forma você contribuirá para um conselho? Como você se diferencia no mercado? Quão forte são sua marca pessoal, seu conhecimento, suas qualificações, seu histórico profissional?

- Se ficar alguma dúvida sobre estes pontos, pode fazer sentido focar primeiro na sua experiência como executivo ou empreendedor, para consolidar a sua história e seu repertório técnico e de liderança, antes de se testar como conselheiro. Costumo dizer que os grandes aprendizados para um bom conselheiro não são dados em salas de aula, em cursos de preparação, mas na bagagem profissional construída por cada um. Não adianta, por exemplo, um executivo fazer curso de finanças para dizer que é CFO. A experiência prática em boas organizações em funções financeiras como tesouraria, contabilidade, controladoria, entre outras, é o que realmente o diferenciara no mercado. Parece óbvio o que estou dizendo, mas vejo muitas pessoas fazendo dezenas de cursos para virarem conselheiros e esquecerem da experiência profissional, que é o mais relevante. Bons cursos podem valer a pena, mas sozinhos não fazem conselheiros diferenciados e preparados.

- Reflita ainda sobre como seu estilo e personalidade podem contribuir nas discussões em grupo do conselho, no processo decisório e no





aconselhamento para o CEO e sua equipe direta. Tanto conteúdo como a forma são importantes para os conselheiros. Pessoas com boa comunicação oral, habilidade para ouvir, posicionar-se de forma clara e discordar de forma construtiva, ponderando diferentes opiniões são algumas das características relevantes. Para quem estava acostumado a tomar decisão como CEO, tem que aprender a decidir através da dinâmica do conselho, que é diferente, exigindo maior alinhamento e influência. Se falta jogo de cintura, vale investir para se desenvolver nessas habilidades, pois vão ajudá-lo em qualquer contexto, inclusive na vida executiva ou no relacionamento com sócios.

- Uma vez feita essa auto-avaliação, o próximo passo é pensar em como se apresentar junto ao mercado. Mais que um currículo tradicional, deve-se considerar uma carta de apresentação onde se coloca de forma concisa e objetiva o porquê de seu interesse em conselhos e os elementos que traz para a mesa, o expertise com que irá contribuir e que o diferencia. Vale ainda ressaltar as experiências prévias em conselho, se existentes. Ao mesmo tempo em que sua história tem que ser específica, ela deve contemplar sempre que possível experiências ligadas ao papel-chave dos conselhos, tais como processos sucessórios de CEO, definição de compensation para o time de alta gestão, validação da estratégia sob o ponto de vista de valor para o acionista, gestão de risco e zelo pela integridade corporativa. Busque responder: “que situações e vivências te prepararam para atender a esses tipos de demanda?”

## 2. CONSTRUA UM PLANO, DESENVOLVA RELACIONAMENTOS E PROJETE O SEU PERFIL

Não se pode aplicar para uma posição de

conselheiro como se fosse uma posição executiva, mas é possível espalhar a mensagem de que se tem interesse nesse tipo de posição de forma geral. Se você é um executivo, por exemplo, deve começar dividindo seu plano com o CEO de sua companhia e/ou os próprios conselheiros, não somente para se ter o aval para isso, como para que o ajudem também a buscar oportunidades em outras organizações. Esta é uma forma diplomática para se começar. Contanto que a oportunidade não seja no mesmo setor de atuação de sua companhia, para se evitar conflitos de interesse, e não exija um tempo de dedicação que atrapalhe seu papel como executivo em paralelo, a experiência como conselheiro tem sido vista como positiva em muitas organizações, pois ajuda a desenvolver seus executivos para terem interações com conselhos e os expõem a temas variados de negócio e de estratégia. Além disso, começar a experiência como conselheiro enquanto ainda executivo permite uma preparação mais gradual e a construção de um portfólio variado de experiências, até o momento em que decidir se dedicar 100% para posições não-executivas.

- Você deve ainda cultivar relacionamentos com outros conselheiros que conhece, mentores e pessoas de seu ciclo profissional em geral. Expanda seu network associando-se à organizações focadas em governança corporativa, estabeleça contato com executivos de fundos de private equity e consultores, e pense estrategicamente nos contatos de sua rede que ainda precisa fortalecer.

- Além disso, busque projetar o seu perfil através de palestras e apresentações, exposição na mídia e oportunidades de publicar algum conteúdo.

- Todo esse esforço em desenvolver e cultivar contatos não somente ajuda para se conseguir oportunidades em conselhos, como também fortalece um dos atributos que são valorizados nos membros de conselhos: a rede de relacionamentos. Bons conselheiros são também aqueles conectados no mercado e que sabem alavancar seus contatos para trazer informações e novas ideias ao conselho. Estar “antecipado” com o que acontece e ter acesso a influenciadores e experts no mercado são ativos relevantes e que precisam ser cultivados constantemente. Certamente aumentam seu atrativo para os conselhos, servindo também como um canal poderoso para novas oportunidades.

## 3. COMECE A PRATICAR

Conseguir uma primeira experiência em conselho permite aprender sobre a dinâmica de atuação de um conselheiro e a iniciar a construção de um histórico e credibilidade que podem abrir portas para convites futuros. Além das posições como conselheiros de administração, existem aquelas como conselheiros consultivos em empresas familiares menores, organizações do terceiro setor ou de caridade. O empreendedor que depois atua no conselho de sua própria empresa também é uma experiência valorizada e que, portanto, deve ser considerada.

. Ter estas experiências no portfólio ajudam inclusive a mostrar sua versatilidade e a descobrir na prática os perfis de conselho de que gosta mais e pode contribuir de forma mais efetiva. Isso não significa, entretanto, que é para aceitar o primeiro convite que aparece. Fazer a correta diligência sobre o a empresa e alinhar expectativas sobre as demandas esperadas do conselheiro são condições básicas para escolhas acertadas.



PRINCIPAL

# O MEU, O SEU, O NOSSO.

COMO A NOÇÃO DE COMPARTILHAMENTO DE PROPRIEDADE E DE EXPERIÊNCIAS ESTÁ MOLDANDO O COMPORTAMENTO NÃO APENAS DAS PESSOAS, MAS DE TODA A ECONOMIA MUNDIAL.

POR FABIANO MAZZEI

**T**em carro próprio? “Não, só ando de Uber.”  
Fica em hotel? “Prefiro Airbnb.”  
E onde fica o seu escritório? “No WeWork mais próximo.”

É cada vez mais comum hoje em dia encontrar pessoas que aderiram ao estilo de vida compartilhada. Preço justo, acesso facilitado e praticidade do uso são alguns dos argumentos mais utilizados por quem preferiu abrir mão do “ter” para simplesmente “ser”, consumindo mais experiências e menos produtos.

Do ponto de vista do comportamento, ado-

tar este novo jeito de viver revela-se mais conectado com o mundo atual e seus desafios. Tem a ver com colaborar com o meio ambiente e com ações que agreguem valor social à vida das pessoas.

Sob a ótica do consumo em si, a visão do compartilhamento ganha força quando se apresenta como uma opção mais econômica e/ou rentável, mais prática para administrar o bem e que permite o acesso a “sonhos e desejos” que, sozinho, o consumidor não conseguiria realizar.





#### NO TRABALHO

WeWork em Tóquio, no Japão: startup está presente em mais de 20 países e conta com 268 mil usuários.



Com estas novas guias dentro de um novo plano de voo, as empresas têm buscado se adequar à demanda, de olho em um mercado que, segundo estudo da PwC, atingirá a cifra de US\$ 335 bilhões em 2025. É a chamada “economia do compartilhamento”, para muitos especialistas, uma nova revolução industrial que está em curso há pelo menos uma década e com cases de imenso sucesso em segmentos como os de mobilidade, de turismo e de imóveis.

O Brasil está inserido neste novo contexto. Um estudo elaborado pela escola de negócios IE

Business School, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e o Ministério da Economia e Competitividade da Espanha apontou que o País abriga 32% das iniciativas colaborativas da América Latina. Segundo a mesma PwC, o compartilhamento deverá contribuir com até 40% do PIB nacional de serviços no médio prazo.

O Rio de Janeiro, por exemplo, é a terceira cidade do mundo com mais quartos disponibilizados na plataforma de hospedagem Airbnb. Segundo estudos do setor, a companhia americana nascida em San Francisco (leia





**BRASIL NA MIRA**  
Miguel McKelvey, co-fundador da WeWork (abaixo) aposta na ampliação da marca no País, onde já está em São Paulo, Belo Horizonte e Rio de Janeiro (acima)

mais à seguir) foi responsável por cerca de R\$ 2,5 bilhões do PIB brasileiro em 2016. A empresa de transporte alternativo Uber também tem no País o seu segundo maior mercado global, abaixo apenas dos Estados Unidos. Segundo o próprio Uber, cerca de 15 milhões de brasileiros usam o serviço pelo menos uma vez por mês.

**MI CASA, SU CASA**

Quando surgiu em 2008, o Airbnb era uma alternativa barata de hospedagem, usando como base quartos ociosos na casa das pessoas. Os criadores do serviço, Brian Chesky e Joe Gebbia, chegaram a essa ideia após alugar um cômodo do apartamento deles em San Francisco (EUA) para turistas que desembarcavam na cidade por conta de um congresso de design. Com os hotéis todos lotados, eles ofereceram o chamado “bed & breakfast” por duas noites. Deu mais do que certo.

Em dez anos, a plataforma já realizou mais de 400 milhões de hospedagens, conta com mais de cinco milhões de imóveis cadastrados em 191 países – dentre eles, três mil castelos e duas mil casas em árvores! – e bateu o recorde de pernoites reservadas pelo serviço numa mesma data: no dia 5 de agosto de 2017, com nada menos do que 2,5 milhões.

Em 2016, a empresa – hoje com 31 escritórios espalhados pelo mundo – lançou a opção de planejamento de viagens, o Airbnb Trip. Dentre os diferenciais, a solicitação de Expe-





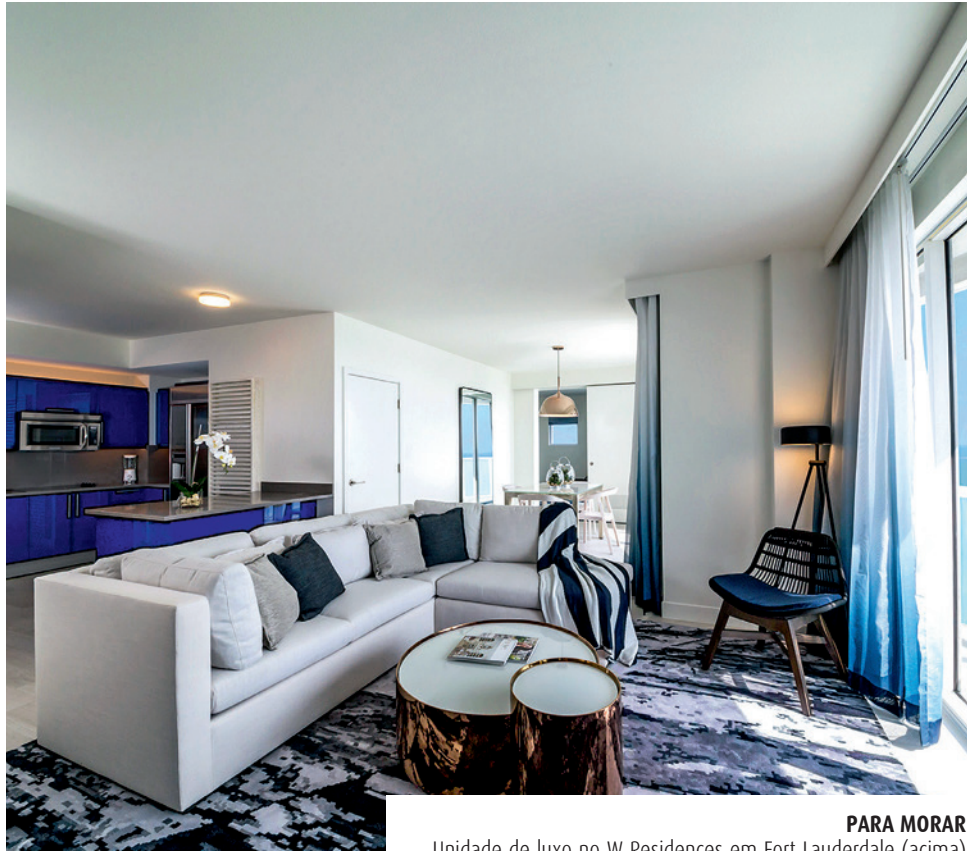
riências, onde anfitriões se colocam à disposição para realizar passeios com os usuários do serviço. Em dois anos, já são mais de 15 mil experiências catalogadas em mil cidades diferentes. É o compartilhamento do lifestyle local transformado em negócio.

### CO-WORKING

Outro fenômeno de compartilhamento que ganhou as principais cidades do mundo é o “co-working”. A ideia de dividir o escritório com outras pessoas, gerando maior socialização e novos negócios, ganhou espaço não apenas junto a empreendedores individuais, mas também dentro de grandes corporações, que apostam no modelo para “oxigenar” departamentos e afastá-los de possíveis vícios in company.

O maior e mais conhecido case mundial deste segmento, sem dúvida, é o WeWork. Seus fundadores Adam Neumann e Miguel McKelvey abriram a startup em Nova York em 2010 e, atualmente, estão presentes em mais de 20 países com 268 mil usuários. No Brasil desde julho do ano passado, já são onze unidades, distribuídas em São Paulo, Rio e Belo Horizonte.

O modelo oferece não apenas o espaço compartilhado, mas toda a estrutura de uma em-



### PARA MORAR

Unidade de luxo no W Residences em Fort Lauderdale (acima) pode ser alugada pelo hotel anexo e gerar receita. Já no Welive (abaixo), apartamentos customizados ao gosto do cliente em prédios onde já operam os escritórios da marca.





**BOAS VINDAS**  
 Compartilhar o própria casa deu origem ao Airbnb, dos visionários Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk (acima). Agora, além de dividir a casa, o anfitrião pode oferecer experiências aos hóspedes, como uma aula de gastronomia local.



presa convencional, como secretária, telefonia, internet, salas de reunião e café. Tudo incluso no plano de adesão que, no Brasil, custa entre R\$ 800 e R\$ 1,8 mil por posição de trabalho.

Avaliada em US\$ 20 bilhões, a WeWork faturou US\$ 764 milhões no primeiro semestre deste ano. Em 2017, a empresa passou a apostar em uma extensão do negócio: o We-Live. Com a mesma filosofia dos escritórios, a ideia é a locação de curto e médio prazo de apartamentos mobiliados e customizados ao gosto do inquilino nos mesmo prédios onde os offices já funcionam. Pensado para quem está de passagem pela cidade e não quer ter de passar o tempo em suítes de hotel impessoais, nem perder tempo no trânsito com deslocamentos urbanos. Basta pegar o elevador para sair de “casa” e chegar ao “trabalho”.

**LUXO**

A ideia de compartilhar bens tem atingido também o mercado de luxo, em especial, o de imóveis de alto padrão. A chamada ‘propriedade fracionada’ de casas de veraneio e apartamentos em condomínios hoteleiros vem ganhando espaço mundo afora.

Na Flórida, o novo W Residences Fort Lauderdale, da rede de hotéis W, conta com 171 apartamentos de dois quartos, de frente para o mar, totalmente equipados e decorados, vendidos a partir de US\$ 1,3 milhão. Além de áreas de lazer e serviços exclusivos, os proprietários têm acesso aos amenities do hotel anexo com desconto. Os apartamentos podem ainda ser alugados pelo condomínio, na ausência e com permissão do dono, gerando receita.

Outro gigante hoteleiro, o grupo Four Sea-





sons conta com um programa de locação das 'residences' construídas junto aos hotéis da marca. O dono é quem decide por quantos dias usará a sua casa/apartamento e quando ela ficará disponível para aluguel. Recém-inaugurado em São Paulo, o FS São Paulo Residences ainda não anunciou se vai aderir ao mesmo formato de gestão dos apartamentos residenciais do edifício, na zona sul da capital paulista.

Há ainda empresas especializadas em oferecer oportunidades de aquisição fracionada. A inglesa The Hideaways Club oferece mais de 250 propriedades divididas em dois portfólios diferentes: o Classic Collection, com villas e chalés de montanha na Europa e Ásia, com cotas (no máximo oito por propriedade) entre US\$ 115 mil e US\$ 300 mil. E o City Collection, com apartamentos nos melhores e mais caros metros quadrados do mundo, como Nova York, Londres, Dubai ou Singapura. No final, o associado pode ser dono de 1/6 (a fração ideal), por exemplo, de um chateau na Provence, de uma casa de praia em Bali e de uma penthouse em NYC sem ter de pagar uma fortuna sozinho pelos imóveis.

#### **POR AQUI**

No Brasil, segundo a consultoria imobiliária paulistana Caio Calfat, o mercado das "multipropriedades" crescerá 48% em 2018, com 80 projetos em 14 estados do País. Contando com os lançamentos, construções e operações em curso, o setor movimentará cerca de R\$ 16,3 bilhões.

Outro formato que ganha popularidade por aqui é o de condomínios que transformaram as áreas comuns em compartilhadas. Lavanderias, bikes comunitárias e espaços de co-working dentro dos prédios para uso de todos são apelos inequívocos em projetos que buscam seduzir a clientela mais jovem.

Portanto, o que se vê aqui e no Exterior é uma tendência que redefiniu o ato de compartilhar como o "novo possuir". Um jeito diferente e inteligente de investir dinheiro, usufruindo de bens de alto valor sem a necessidade da aquisição integral. E, afora a vantagem óbvia do modelo de negócios e empreendedores -, consagra um lifestyle autêntico, que diferencia a quem adere e reforça a ideia de que o individualismo já não tem mais espaço na sociedade atual.

#### **DE CARONA**

Brasil é o segundo maior mercado para o Uber: cerca de 15 milhões de brasileiros usam o serviço de transporte alternativo todo mês.





# EMBARQUE IMEDIATO

MALAS DE BORDO, BOLSAS E MOCHILAS QUE ALIAM PRATICIDADE, FUNCIONALIDADE E MUITO ESTILO NA HORA DE VOAR.

Por **FABIANO MAZZEI**



## VICTORINOX

Pura modernidade o modelo Lexicon Hardside, uma aposta da marca suíça em malas rígidas.

Feita em policarbonato em três tamanhos, traz acoplado ferramentas como doc para recarga de celular e a tag da mala.

**PREÇO: R\$ 4.144,00**

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



## SAINT LAURENT

A bolsa City Gym tem foco no dia-a-dia, mas cabe bem para aqueles momentos de relax no fim de semana. Em canvas, tem alças tubulares, zíper duplo e bolsos nas laterais.

**PREÇO: US\$ 1.750,00.**

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



## TIMBERLAND

Daqueles coringas que todo homem gosta, o modelo Thread - U tem espírito esportivo e sustentável, feita de tecido composto com 50% de garrafa PET coletadas no Haiti e Honduras.

**PREÇO: R\$ 799,99**

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

## MONTBLANC

A coleção Camuflage da marca alemã traz o olhar urbano para a linha Sartorial, de malas e bolsas em couro. Super cool para homens contemporâneos.

**PREÇO: R\$ 4.600,00**

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







## BOTTEGA VENETA

A marca italiana apresenta este modelo de bordo, ideal para pouca bagagem - e muito estilo. Em couro, com o famoso detalhe do intrecciato no centro.

**PREÇO: R\$ 26.610,00**

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



## GUCCI

Modelo em canvas, Made in Italy, da Gucci. Coleção GG Supreme, tem compartimentos exclusivos para celular e tablete e bolsos laterais com fechamento magnético.

## VICTORINOX

Mochila multifuncional, a VX Touring é ideal para o dia-a-dia ou para aquela escapada de final de semana.

**PREÇO: R\$ 2.090,00**

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



## TOMMY HILFIGER

A bolsa Glen Plaid Duffel traz todo o espírito da marca americana, cool e elegante. Vale para viajar ou mesmo transportar itens essenciais para uma jornada longa de trabalho.

**PREÇO: US\$ 169,50**

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

## RIMOWA

Da linha Gourmet, esta charmosa wine case da marca alemã é feita em alumínio, tem espaço para seis garrafas e compartimento para acessórios. Perfeita para o fim de ano!

**PREÇO: R\$ 3.500,00**

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







# O VALOR DAS EXPERIÊNCIAS NO MERCADO DE LUXO

POR **FREDDY RABBAT**

**H**oje o mercado luxo evoluiu para ser algo além do que nos foi apresentado nos últimos anos. O consumo de produtos de luxo é baseado na arte de presentear por puro merecimento, a nós mesmos ou a uma pessoa querida pela conquista de algo que valha à pena ser celebrado. Um novo contrato, um ano fantástico, o nascimento de um filho, o amor, entre vários outros.

Por muitos anos esta vem sendo a tônica de nosso mercado. Mas os consumidores, cada vez mais experientes e exigentes sempre querem algo mais.

O que podemos querer além da posse? Algo exclusivo? Sim, as marcas vêm se especializando em produtos que se tornam únicos, quer pela pequena quantidade produzida – por vezes apenas uma unidade para aquele indivíduo com a personalidade dele refletida no produto – ou em quantidades tão pequenas espalhadas de forma cirúrgica pelo planeta que a chance de você encontrar alguém com o mesmo item que o seu é quase zero.

Tudo isto é uma evolução cultural onde o consumidor se torna mais qualificado e exigente. Me lembro no início da década de 1990 quando o Brasil abriu suas portas para produtos importados, e o público exigente que até então consumia carros como Opala Diplomata e VW Santana, se deslumbraram com as novas BMW ao ponto de encontrarmos na porta dos melhores restaurantes seis ou mais carros “idênticos”. Mas espere: isto é luxo? Todos compravam naquela época uma BMW 328 preta com interior preto? Sim, isto era sinal de bom gosto, riqueza e exclusividade. Para os dias de hoje, nada disto valeria, o mercado amadureceu, o consumidor se desenvolveu e busca cada vez mais a exclusividade

“

Criamos algo que, hoje, é insuperável na forma de se relacionar com o cliente: experiências que o dinheiro não pode comprar.

”

em produtos singulares e sem pares à sua volta. O relógio tem que ser único, o carro único, bem como as roupas e todos os seus acessórios. Mas isto é o mais alto que podemos encontrar no mercado de luxo nos dias de hoje: produtos exclusivos?

O mercado precisa se superar, com cada marca precisando mostrar ao seu fiel cliente que ele é especial e importante, fazendo-o se sentir como parte da “família” da marca com que tanto se identifica.

Nesta hora, criamos algo que, hoje, é insuperável na forma de se relacionar com o cliente: experiências que o dinheiro não pode comprar.

Produtos de luxo que vão de pai para filho podem ser encontrados em endereços especiais, produtos de luxo exclusivos também podem ser comprados com um pouco mais de esforço e procura para conquistá-los, mas as experiências são exclusivas da nata que frequenta as melhores marcas, mostrando sua lealdade e perseverança em estar ligados às mesmas.

Algumas marcas oferecem noites em seus castelos na Europa ou hotéis exclusivos espalhados pelo mundo – locais inacessíveis ao dinheiro, onde você só entra como convidado. Participar do Grand Prix de Mônaco de dentro de um luxuoso iate com artistas e VIPs do mundo, ou mesmo assistir a uma corrida de carros de Formula 1 clássicos em ambiente exclusivo e, até, ser recebido para um jantar de gala junto com a realeza.

Hoje, as maiores marcas do mercado de luxo são colaboradoras em grandes eventos, sustentam museus, se envolvem como verdadeiros mecenas de artes e coleções podendo possibilitar aos seus leais parceiros prazeres que vão além da posse de um produto atemporal e exclusivo e isto é algo que o dinheiro não pode comprar. Para fazer parte deste círculo basta se tornar importante dentro de sua marca preferida e torcer para que você seja mais especial que o outro consumidor que também é antenado sobre a vida da marca. Afinal estas experiências não são compradas, mas oferecidas como gratidão por sua lealdade e uma forma da marca retribuir a arte de presentear com algo único que ficará em sua memória por toda sua vida.



## 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)



# MAIS VIDA SOBRE RODAS

A CHEGADA DOS VEÍCULOS AUTÔNOMOS VALORIZARÁ A CONVIVÊNCIA ENTRE OS PASSAGEIROS NA CABINE. VEJA O QUE A INDÚSTRIA AUTOMOTIVA ESTÁ PREPARANDO PARA UM FUTURO SEM MOTORISTA, COM CARROS PARECIDOS COM SALAS DE ESTAR.

Por **Fabiano Mwazzei**

**Q**ue tal marcar um jantar ou uma reunião de negócios dentro do seu próprio carro? Quem sabe dormir em uma poltrona-cama enquanto segue viagem? Num futuro não muito distante, os veículos serão verdadeiras extensões das casas das pessoas, conceito favorecido pela chegada, no curto prazo, dos veículos autônomos. Uma vez sem motorista, as atenções dos fabricantes e projetistas se volta do volante para trás, criando ambientes de cabine destinados a gerar a melhor experiência para os passageiros.

Um destes projetos mais inspiradores é da montadora sueca Volvo. O carro-conceito 360C traz um cockpit que permite mesa multifuncional que atende desde um compromisso de trabalho a um jantar para dois. À noite, a cabine pode ser reconfigurada como uma suíte móvel.

“O negócio está mudando e a Volvo quer liderar essa mudança de nossa indústria”, disse o CEO da companhia, Håkan Samuelsson. “Os novos carros autônomos permitirão aos passageiros desfrutarem o tempo dentro do carro do jeito que quiserem.”

Dentro deste conceito, a alemã BMW apresentou este ano o elétrico Vision iNEXT, cuja cabine foi batizada “My Favorite Space”. Não por acaso. Por dentro, muito tecido, detalhes em madeira, grandes janelas, teto de vidro, iluminação amena à noite, com uma poltrona contínua, quase um sofá, na parte traseira. “Há uma gama nova de experiências para customizar a qualidade de vida dentro da jornada dos passageiros”, disse Klaus Fröhlich, do board executivo do BMW Group.

Por fim, a japonesa Panasonic revelou na última edição da CES-2018, a maior feira de tecnologia do mundo, a sua proposta de convivência dentro dos veículos. No protótipo, área envidraçada em 360°, telas para projeções de imagens externas e on demand, sistema integrado de entretenimento, espaço para quatro passageiros e três opções de uso: living, business e relax. Um protótipo comprova que grandes empresas de tecnologia também miram criar ambientes conectados e muito mais divertidos à bordo. E em carros assim dá até para enfrentar o trânsito diário com muito menos estresse.



## NUM FUTURO NÃO TÃO DISTANTE

Modelos autônomos como o BMW iNext já estão em testes e prometem revolucionar o conceito “viver” dentro de um automóvel.





### SALA DE ESTAR

Empresas como BMW (no alto), Panasonic e Volvo (acima) têm investido em criar uma experiência muito mais prazerosa aos passageiros.



BOAT SHOW

# SONHOS *AL MARE*

FABRICANTES NACIONAIS SUPERAM AS EXPECTATIVAS E OFERECEM AO MERCADO NÁUTICO MODELOS CADA VEZ MAIS LUXUOSOS E SOFISTICADOS.

Por **FABIANO MAZZEI**

**P**ara atender a um momento de retomada do mercado náutico no País, estaleiros e importadores de barcos têm apostado em diversificar e sofisticar o portfólio de produtos, além de investir em inovação. Exemplo disso foi visto na última edição da São Paulo Boat Show, que recebeu mais de 33 mil pessoas durante os seis dias de evento, no fim de setembro, e ainda registrou volume de vendas na casa dos R\$ 155 milhões.

Dentre as novidades, uma offshore de 58 pés do estaleiro paulista Intermarine – de alma esportiva e com suítes que lembram um hotel design. Já a italiana Azimut, que tem filial em Itajaí, Santa Catarina, apresentou um novo iate de 62 pés, com ambientes internos e varanda que mais parecem de um apartamento de luxo.

Ainda dentro da ideia de sofisticar a oferta, o também catarinense Schaefer apresentou sua linha 510, cuja edição especial é assinada pelo estúdio de design italiano Pininfarina. Por fim, estaleiros menores também ganharam visibilidade, com lançamentos como o Armatti 360 e o Triton 52 Fly.

Confira à seguir mais detalhes destes lançamentos que devem ganhar os mares do Brasil já a partir do próximo verão.

## INTERMARINE 58

Nova offshore chega para ampliar a gama dos barcos de alta performance da companhia. Com 17,60 metros de comprimento, uma suíte, sala, cozinha, lavabo, cockpit com dois sofás, bar e amplas áreas externas. O comando acontece via dois displays multifunção e uma tela de monitoramento dos motores ultramodernos. São eles que levam o barco à velocidade de 100 km/h, com potência equivalente a três Lamborghinis Aventador.  
[www.intermarine.com.br](http://www.intermarine.com.br)











## ARMATTI 360

Versátil e descolada, a lancha modelo Coupé carrega até quatro pessoas para pernoite em suas duas cabines. Destaque para a praça de popa, espaçosa e equipada, e para o solário na proa, com assentos reclináveis. O visual externo chama a atenção pelas entradas de ar salientes e a capote rígida, similar ao teto solar, em harmonia com os parabrisas.

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

## SCHAEFER 510

Parceria criativa com o renomado estúdio italiano de design Pininfarina, o modelo do estaleiro catarinense traz sala de estar com pé direito duplo, boa incidência de luz natural, duas suítes finamente mobiliadas e uma ampla varanda lateral, uma extensão da praça de popa onde cabe até duas cadeiras sem aperto.

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





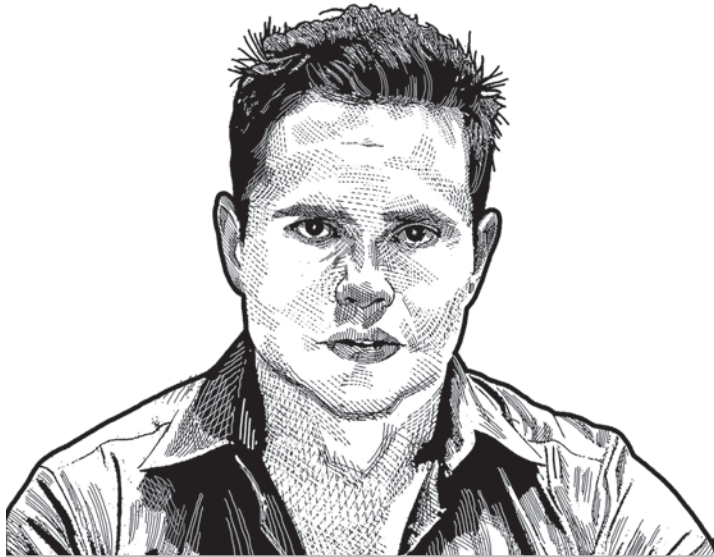


## AZIMUT 62

Um apartamento de 150m<sup>2</sup> sobre o mar. É assim que podemos definir o modelo, desenhado pelos italianos Achille Salvagni (interior) e Stefano Righini (exterior). São três suítes, lounges externos privativos, móveis feitos à mão, grandes janelas laterais do tipo "teto ao chão". Na sala central, revestimentos em madeira e mármore, cristal e couro natural nos estofados, além de uma adega climatizada. Do lado de fora, sob o flybridge, uma confortável sala de jantar com bar anexo é um convite ao doce far niente. [www.azimutyachts.com](http://www.azimutyachts.com)







# OS 5 ERROS NA HORA DE REFORMAR/DECORAR

POR **DIEGO REVOLLO**

**F**azendo uma revisão dos trabalhos realizados nestes dez anos de escritório, conclui que não há regras rígidas quando o assunto é projeto. Quase tudo é permitido no universo da decoração desde que exista uma unidade, uma intenção clara, ou mesmo coerência. Neste artigo, falo sobre cinco práticas que devemos a todo custo evitar em uma obra para se obter o melhor resultado.

## 1 — EXCESSO DE MATERIAIS

Uma das razões para alguns trabalhos seguirem atuais ao longo dos anos é o caráter quase que minimalista no que se refere aos materiais usados. Quase todos são permitidos e é saudável a experimentação do novo. O grande erro é se perder no meio de tantas possibilidades e cair no exagero. Em relação aos acabamentos, costumo restringir o leque dentro de um mesmo projeto. É saudável criar um padrão que aparece e se repete em vários ambientes da casa. Essa repetição cria pausas de informação que permitem que outros pontos se sobressaiam, como o mobiliário e objetos de arte.

## 2 — FALTA DE PERSONALIDADE

Se os excessos na estrutura ou nos acabamentos podem ser desastrosos, a falta de ousadia e de coragem para correr riscos comprometem e deixam qualquer decoração previsível e monótona. Costumo valorizar todo pedido peculiar que parte do cliente como também gostos e hábitos que lhes são únicos. É uma oportunidade de “acelerar” alguma idéia e sair da zona de conforto para tentar algo realmente único. Objetos maiores, cores ousadas ou mesmo quadros menos óbvios. Os riscos nessa hora sempre valem à pena e são a garantia de uma casa autêntica.

## 3 — MÓVEIS PEQUENOS

Um dos truques de muitos profissionais é usar móveis grandes não proporcionais ao espaço em

“

A falta de ousadia e de coragem para correr riscos comprometem e deixam qualquer decoração previsível e monótona.

”

que ele está inserido. Afinal, não é porque a sua sala é pequena que os móveis devem ser todos pequenos. O volume dessas peças engana os olhos e nos dá a sensação de espaços até maiores que a realidade. Em um loft que projetei, apostei na fusão do tampo da cozinha com a mesa para criar uma área de refeições com proporções de encher os olhos. Ao invés de uma mesa redonda com um metro de diâmetro, conseguimos inserir um tampo com quase 3m de comprimento em um loft de metragem reduzida.

## 4 — ESPAÇOS ENGESSADOS

Perseguir a simetria a todo custo, na hora de pensar no layout e escolha dos móveis, é um equívoco recorrente no mercado. Não adianta o layout estar correto no papel com tudo perfeitamente

distribuído ou centralizado e impecavelmente simétrico se o resultado é engessado, frio e até desconfortável. Pensar em um layout mais humano, por exemplo, em uma sala, que valorize uma conversa, que promova a intimidade e que deixe as pessoas mais a vontade é hoje tão ou mais importante que a beleza da decoração. Ambientes perfeitos, mas não funcionais é um dos erros mais comuns. É preciso mostrar as sutilezas do espaço original como a posição das janelas e a circulação, exemplificando o uso daquele ambiente para desconstruir a rigidez inicial e sugerindo assimetrias e disposição de móveis menos engessada.

## 5 — COMPRAR TUDO EM UMA MESMA LOJA

É verdade que concentrar a obra em poucos fornecedores costuma ser uma vantagem logística e financeira. Mas em decoração é sempre um erro pensar apenas do ponto de vista racional. Portanto fuja de conjuntos de sofás, conjunto de cadeiras e evite adquirir móveis de uma mesma coleção. Sim, eles podem combinar entre si, mas esse tipo de combinação é monótona e, antes de tudo, sem personalidade e criatividade. Se você não tem paciência para garimpar, tente ao menos examinar um orçamento e dele fechar apenas o que se apaixonou. Não costumamos montar várias casas na nossa vida e, portanto, aquilo que você não fechou agora certamente irá pular na sua frente em outra loja uma nova opção.

Para quem realmente quer uma casa autêntica vale a pena apostar no contraste de peças fora do contexto. Não importa se você não tem afinidade com antiquários ou feiras de antiguidade. Informação sobre novos designers ou linhas limitadas de produtos podem conseguir colocar mais personalidade na decoração. E se, ainda assim, a monotonia resistir, aposte em objetos de arte que fujam do óbvio.





1



2



3

- 1 – Excesso de Materiais,
- 2 – Falta de Personalidade,
- 3 – Móveis Pequenos,
- 4 – Espaços Engessados e
- 5 – Comprar tudo em uma mesma loja.



4



5





**EM ALTA**  
As variedades de Mionetto e a estilosa garrafa do Prosecco D.O.C., da Freixenet

GASTRONOMIA

# APOSTE NO PROSECCO!

CONSUMO DO ESPUMANTE DE ORIGEM ITALIANA CRESCE EM TODO MUNDO, COM AS MARCAS SOFISTICANDO CADA VEZ MAIS A OFERTA DE PRODUTOS.

POR **FABIANO MAZZEI**

Os chamados *'sparkling wines'* estão conquistando paladares nos cinco continentes. Segundo estudo da consultoria Technavio, a média de consumo por pessoa é de 2,7 litros neste ano, com o segmento acumulando vendas na casa de US\$ 1.2 bilhão nos últimos doze meses. A estimativa é de crescimento 2,2% ao ano até 2021. Dentre as bebidas desta categoria que têm tido melhor performance, uma em especial merece destaque: o prosecco.

Para receber tal denominação, este vinho espumante precisa ser produzido a partir da uva glera, nativa da Itália, e necessariamente na região do Vêneto e Friuli. A fermentação acontece em barris de aço inox e não na garrafa, como no champagne. Frescor e aroma frutado definem a bebida que, ao contrário dos vinhos tradicionais, deve ser consumida jovem, sem guarda.

"É uma bebida fun, leve, fácil de beber e que traz algo que o mundo todo gosta: o lifestyle

italiano", explica Klaus Kürten, ex-senior VP da Henkell & Co., grupo alemão que é um dos maiores do mundo, responsável por 10% do mercado mundial de proseccos.

Segundo o especialista, que conversou com **Avantto Lifestyle Magazine**, as marcas produtoras têm se aprimorado também na qualidade das bebidas. Uma das campeãs de vendas do grupo Henkell & Co. é a Mionetto. Produzidos na região do Valdobbiadene, na Itália, os proseccos da vinícola fundada em 1887 são considerados o número 01 do mundo por sua alta qualidade. No Brasil, as variedades principais da Mionetto são importadas pela World Wine.

Outra marca que tem ganhado crescente expressão mundial e grande apelo no mercado brasileiro é a Freixenet. A vinícola de 150 anos, famosa pela produção de cavas e champagnes, produz agora um prosecco premium, o D.O.C, feito no Vêneto. Já disponível no mercado nacional,







a bebida vem envasada em uma garrafa diferenciada em vidro com acabamento bico de jaca.

“Na Europa e EUA, o Prosecco está ganhando cada vez mais força na categoria de espumantes, por ser um produto que tem melhor aceitação com um consumidor mais jovem”, explica Fabiano Ruiz, diretor executivo da Freixenet e fundador da filial brasileira. “A Freixenet sentiu a necessidade de ter uma opção de produto dentro da nova tendência que está cada vez ganhando mais terreno na categoria”, comentou.

#### SOFISTICAÇÃO

Com a elevação da qualidade dos proseccos, o jeito de consumir a bebida também mudou. “Há dez anos, usavam flutes para servir. Hoje, são taças de boca mais larga e bojo, para que os aromas e sabores da bebida se concentrem e se mantenham”, explica Klaus.

Além disso, a bebida tem substituído o champagne em comemorações tradicionais, como casamentos, e vem ganhando sobretudo o paladar feminino.

Dentre os principais mercados consumidores, os Estados Unidos tem a liderança em volume de litros. Itália, Reino Unido, Alemanha vêm na sequência.

A expansão do prosecco pelo mundo na última década é curiosa. Da Itália, o prosecco atravessou os Alpes, chegou à Suíça, Áustria e Alemanha. De lá, embarcou para os Estados Unidos, desceu pela América do Sul e chegou a Oceania. Contudo, em um dos mercados mais desejados do mundo, a China, ele ainda não conquistou o seu devido espaço, conforme conta Klaus Kürten. “É uma cultura totalmente diferente para bebidas e um mercado muito duro para sparkling wines: eles odeiam as bolhas!”



## “PROSECCO É COMO UM JATO EXECUTIVO” Entrevista com Klaus Kürten, Henkell&Co.

#### Avantto – Qual o segredo do atual sucesso do prosecco?

**Klaus** – É uma bebida fun, que pode ser consumida sozinho ou em uma festa. É puro lifestyle italiano, que as pessoas adoram.

#### Avantto – Como escolher um bom prosecco?

**Klaus** – Basta ver se ele está fresco. É como o leite: após três meses, se foi, não dá para beber. Porque a fermentação do prosecco leva apenas um mês, a champagne precisa de entre 20 a 36 meses.

#### Avantto – Qual a analogia entre a bebida e a aviação?

**Klaus** – Se formos comparar, o champagne é como um Boeing 707, complexo, grandioso, caro... Já o prosecco é um Cessna Citation, um jato executivo, muito mais cool, fresco, mais fácil e divertido de pilotar... e de beber.



**MESTRE**  
Klaus Kürten,  
ex Senior VP  
da Henkell &  
Co., falecido em  
setembro





# BLUEFIN: O DIAMANTE NEGRO DOS MARES

POR MARCELO FERNANDES

**N**a alta gastronomia existem alguns insusmos que são especialmente cobiçados, e dentre os peixes, o atum bluefin ocupa o topo desses desejos. Este atum nobre é conhecido como o “diamante negro dos mares”, devido à qualidade de sua carne de sabor inigualável. O atum Bluefin, é chamado de “hon-maguro” no Japão e significa “o verdadeiro atum”. É um dos peixes mais apreciados pelos apreciadores de sushi. Os japoneses dão preferência para o bluefin capturado em seus mares, mas a espécie pode ser encontrada em diferentes regiões e é classificada em subespécies que indicam por onde costuma trafegar: Bluefin do Pacífico (predominantemente no hemisfério norte), Bluefin do Atlântico (faixa entre o Golfo do México e o Mar Mediterrâneo) e Bluefin do Sul (faixa que acompanha o Trópico de Capricórnio).

Tivemos a especial oportunidade de receber em nosso restaurante, o Kinoshita, Juan Serrano, diretor-geral do Grupo Balfegó, um dos mais tradicionais grupos de pesca do atum, sediado em Tarragona, na Espanha, que nos trouxe um autêntico bluefin das águas frias do Mediterrâneo. Com ele, realizamos o ritual do Kaitai, a abertura e corte do peixe, para porcionamento. É um show apresentado no famoso mercado de peixes de Tsukiji, de Tóquio e também em muitos restaurantes japoneses. No Brasil ainda é muito raro ver esta operação pois entram poucos peixes deste porte por aqui. Um atum bluefin inteiro pode chegar a até 670 quilos e 4,6 metros, mas em média o peixe é pescado com cerca de 250 quilos. Nós recebemos um espécime de 220 quilos, considerado de padrão médio mas, mesmo assim, com uma boa presença.

A parte mais valorizada é a região da barriga, que concentra mais gordura e por ter uma textura macia e amanteigada. Como é mais gordurosa, a

“

A parte mais valorizada é a região da barriga, que concentra mais gordura e por ter uma textura macia e amanteigada.

”

carne tem coloração esbranquiçada e é possível identificá-la facilmente na peça inteira. Essa parte nobre é chamada de “toro”, que vem do verbo em japonês “torokeru”, que significa derreter. De fato, um pedaço de toro se desmancha na boca. A gordura do atum se derrete com a temperatura do corpo humano, e provoca uma experiência palatár inigualável.

Há muitos gourmets que preferem a parte intermediária, entre o torô e o akami, a carne mais avermelhada e mais conhecida. Esta parte, que se chama chûtoro, tem teor de gordura ainda

bastante presente mas amenizada, tornando a degustação mais agradável. Eu particularmente aprecio esta parte, inclusive como hossomaki, aquele sushi enrolado na folha de alga nori.

A “descoberta” do bluefin começou no início dos anos 70, com a popularização mundial dos restaurantes japoneses. Até então, o peixe era consumido somente no Japão e, mesmo assim, somente em ocasiões muito especiais. Com o bluefin subindo ao balcão de sushi do mundo inteiro, especialmente nos Estados Unidos – seu maior consumidor –, a caça em todos os mares onde ele habita virou febre e quase extinguiu a espécie, acendendo o alerta da comunidade científica. A Comissão Internacional de Preservação do Atum do Atlântico foi criada para impedir a pesca predatória e regularizar uma cota apropriada de pesca, que garantisse a sobrevivência da espécie. A Balfegó, presidida por Juan Serrano, tradicionalíssimo grupo pesqueiro especializado em atum, com séculos de história, foi líder em aderir a este novo tratado. Introduziu a pesca sustentável com cerco, o que permitiu que os atuns selvagens se desenvolvessem em cativeiro, sendo alimentados com anchovas e sardinhas, até atingirem tamanho apropriado para o abate. A Balfegó investe parte de sua renda em pesquisa científica, e é através dela que constatou que a população de atum no mundo está se normalizando.

Por fim, temos um horizonte muito otimista com a pesca consciente e sustentável, que garante o suprimento constante desta espécie tão querida. A boa notícia é que o cerco permite que o atum se procrie dentro do próprio cativeiro. Em poucos anos, o Brasil deverá começar a receber esta espécie em quantidade maior e com mais regularidade. A importação já está regularizada, prometendo ótimo desempenho nos próximos anos.









**BE A HERO**  
Com a filosofia de que todos são capazes de viver grandes aventuras, a GoPro passou a estimular as pessoas a registrar seus momentos.





CASE

# ADRENALINA COMPARTILHADA

A HISTÓRIA DA GOPRO, CRIADA PARA PERMITIR REGISTROS EM VÍDEO DE AVENTURAS PESSOAIS E, AGORA, FOCADA EM DIVIDIR ESSAS EMOÇÕES COM O MUNDO.

Por **FABIANO MAZZEI**

**E**m maio deste ano, quando lançou em seu aplicativo para celular um novo sistema de compartilhamento de conteúdo nas redes sociais, a GoPro acertava em cheio no coração de sua imensa comunidade de clientes e fãs. Com a campanha “Sharing Moments” (Dividindo Momentos), a empresa facilitou as postagens de vídeos feitos com suas câmeras direto no Instagram. Afinal, tão prazeroso quanto viver aventuras é compartilhá-las com amigos e familiares.

A ação define bem a essência da marca, criada por Nick Woodman em 2002, fruto de uma necessidade de compartilhar os grandes momentos da vida.

Tudo começou em uma surf trip pela Austrália um ano antes. Ele resolveu acoplar uma pequena câmera fotográfica a uma pulseira de borracha em seu pulso a fim de registrar o desempenho dele sobre as ondas. A geringonça chamou tanta atenção dentre os demais surfistas que ele percebeu ali, em cima de uma prancha, a imensa oportunidade de mercado.

Woodman passou a desenvolver protótipos junto a fabricantes chineses usando dinheiro que ganhava com a venda de artesanato feito por sua esposa. Em busca de um parceiro investidor, o norte-americano ouviu “não” de muita gente – como da Kodak – até encontrar quem bancasse a sua ideia. A primeira camera veio em 2004, a GoPro Hero, que usava ainda filme convencional 35mm com 24 poses. Na época, seu preço era de módicos US\$ 22!

A segunda geração de câmeras já nasceu digital, mas registrava cliques de apenas 10 segundos e em baixa resolução. Em seguida, a inovação foi a inclusão da captação de áudio, em 2007.

No ano seguinte, em plena crise da economia Americana, Woodman quase vendeu a companhia. Mas com o valor das ações em baixa, o empreendedor recusou ofertas e seguiu em frente. Bom para ele: naquele mesmo 2008, a empresa faturou US\$ 8 milhões em vendas.

A partir de então, Woodman passou a aperfeiçoar tecnologicamente as suas câmeras – lente wide, resolução 1080p, capacidade de





filmar em ambiente de baixa luminosidade, wi-fi embutido, formato 4K – sempre visando aproveitar o crescimento de outro fenômeno: o YouTube.

Com o surgimento das tribos e comunidades virtuais, com vídeos pessoais ganhando audiência na nova broadcast digital, o apelo da GoPro cresceu exponencialmente – e passou a ir muito além dos registros esportivos.

Em 2012, a Foxconn investiu US\$ 200 milhões por 8% da empresa. Woodman se tornava bilionário apenas 10 anos depois de pegar aquela onda na Austrália com uma câmera improvisada no pulso.

“Antes da GoPro, se alguém quisesse filmar a si mesmo ia precisar de outro ser humano – e que tivesse habilidade com a camera”, comenta Woodman em nota. “O resultado é que a maioria das pessoas não tem filmes de alta qualidade sobre elas fazendo algo.”

Para o empresário, foi a GoPro quem permitiu isso e, hoje, “o mundo validou a GoPro”. Em 2015, mais de 1,4 bilhões de minutos de filmes feitos com os equipamentos

#### PROFISSIONAL

A empresa americana patrocina atletas e competições mundo afora, além de ter equipamentos desejados por pilotos militares.







da marca foram assistidos no YouTube. Neste ano, são 10 milhões de fãs no Facebook e 14,4 milhões de seguidores no Instagram.

As últimas cartadas da empresa foram o drone Karma (2016) e a GoPro Hero 7, com estabilizador de imagem mais profissional e diversos efeitos, como o super smooth, ao custo de US\$ 399.

Nos últimos três anos, contudo, a GoPro viveu uma crise de vendas, resultado de um maior nível de exigência por parte dos clientes e do aumento da concorrência por parte dos fabricantes de smartphones, com suas câmeras cada vez mais modernas. Ainda assim, a empresa com sede na Califórnia (EUA) faturou, em 2017, cerca de US\$ 1,18 bilhão. Ou seja, pelo visto, Nick Woodman vai continuar sorrindo para a câmera por um longo tempo.



#### NAS ALTURAS

Mesmo após três anos de queda nas vendas e aumento da concorrência, a GoPro fechou o ano de 2017 com faturamento superior a US\$ 1 bilhão.







# ONDE VAI PARAR A GORDURA CORPORAL QUE ELIMINAMOS?

POR CAU SAAD

**D**esde o tempo de escola, aprendemos nas aulas de física e química: “energia não se cria e não se destrói, ela se transforma”. De acordo com uma pesquisa realizada pela Escola de Ciências Biomoleculares da Universidade de New South Wales, na Austrália, o cientista Ruben Meerman, calculou exatamente o que acontece com nossa gordura quando a eliminamos.

De cada 10 quilos de gordura que eliminamos, foi revelado que 8,4 quilos se transformam em dióxido de carbono, que é expirado, e 1,6 quilos excretamos por meio de urina, fezes, lágrimas, suor e outros fluidos corporais. Ou seja, os pulmões são os órgãos principais e os maiores responsáveis por mandar a gordura “pelos ares”, literalmente!

Você deve estar se perguntando: “mas como a gordura vira água e gás”? O nosso corpo precisa de energia o tempo inteiro e, quando realizamos alguma atividade física, essa demanda aumenta. No repouso, obviamente, ela diminui. Para isso, temos três fontes básicas de energia: proteína, carboidrato e a gordura.

O carboidrato está pronto para ser utilizado, mas a gordura não fica a disposição. As células adiposas (células de gordura) são estocadas pelo organismo e sua composição de triglicérides é feita de hidrogênio, oxigênio e carbono. O corpo entra em ação para quebrar e utilizar essas células adiposas por meio de reações químicas. Essas reações fazem com que os triglicérides deem origem ao ATP (trifosfato de adenosina), o combustível que o corpo está pedindo.

“

De cada 10 quilos de gordura que eliminamos, foi revelado que 8,4 quilos se transformam em dióxido de carbono, que é expirado. Ou seja, os pulmões são os órgãos principais e os maiores responsáveis por mandar a gordura “pelos ares”, literalmente!

”

A matéria, por sua vez, é transformada: as moléculas de hidrogênio, oxigênio e carbono resultam no dióxido de carbono e na água (H<sub>2</sub>O) que serão eliminados pelo corpo. O dióxido de carbono (gás carbônico CO<sub>2</sub>) é levado pelo sangue até os pulmões e exalado. A água, por sua vez, deixa o organismo pelas formas já descritas.

## E O PAPEL DAS MITOCÔNDRIAS?

As mitocôndrias são o centro de energia da célula. Tanto nos seus músculos ou fígado, elas tiram um pouco de gordura (estocada como triglicérides) das suas células adiposas (células de gordura) e as colocam num processo metabólico que a transforma em calor, dióxido de carbono, água e ATP.

## TROCA DE GORDURA POR MASSA MUSCULAR: REAL OU FAKE?

Isso é fisicamente impossível porque, segundo os especialistas, viola a lei da conservação das massas que prevê que, num sistema fechado em que ocorre uma reação química, todos os átomos que estiveram ali no início da reação, estarão no final.

Para isso é necessário perder a gordura e aumentar a massa muscular em reações químicas diferentes, aliando uma dieta equilibrada e exercício físico.

No final, não tem segredo: hábitos alimentares saudáveis, atividade física e um estilo de vida regrado, de corpo, alma e mente é o segredo. O Método Cau Saad engloba em 4 etapas essa filosofia.



# VINI FANTINI

Séculos de experiência em oferecer  
a melhor qualidade.

BEBA COM MODERAÇÃO.





Conheça nossa linha completa.

VISITE UMA DE NOSSAS LOJAS:

SÃO PAULO • Jardins – Rua Padre João Manuel, 1269 • Itaim Bibi – Rua Amauri, 255 • Vila Nova Conceição – Rua Jacques Félix, 626 • Shopping Cidade Jardim – Loja 27A3 - 3º piso • RIBEIRÃO PRETO • Vila Ana Maria – Rua Raul Peixoto, 749 • SÃO ROQUE • Catarina Fashion Outlet – Km 60 da Rodovia Castello Branco • RIO DE JANEIRO • Shopping Fashion Mall - 1º piso • Aeroporto Santos Dumont – Bossa Nova Mall - Térreo

TELEVENDAS • 4003-9463 (capitais) 0800 880 9463 (demais localidades) • VENDAS ON-LINE [www.worldwine.com.br](http://www.worldwine.com.br)

 [facebook.com/worldwinebrasil](https://facebook.com/worldwinebrasil)  [instagram.com/worldwine](https://instagram.com/worldwine)



# UM LUGAR CHAMADO



DE POVOADO JESUÍTA NO SÉCULO 18 A DESTINO DE VERÃO MAIS BADALADO DO BRASIL, A VILA QUE GANHOU GLAMOUR SEM JAMAIS PERDER A ESSÊNCIA MOSTRA QUE É POSSÍVEL SER EXCLUSIVO E HISTÓRICO.

Por **FABIANO MAZZEI**





# TRANCOSO



**F**estas badaladas, restaurantes da moda, hotéis cinco estrelas, celebridades do mundo todo. Trancoso transpira glamour de dezembro a fevereiro, vivendo o auge da efervescência na semana que marca o Réveillon – quando a população local de 11 mil habitantes chega a receber cerca de 12 mil turistas por dia! Seus 12km de orla e praias vizinhas são o cenário perfeito para festas regadas a champagne francês e som eletrônico, onde a juventude dourada daqui e do Exterior adora se encontrar. Todo esse agito tem atraído todos os anos até celebridades internacionais. A cantora Beyoncé, o ator Will

Smith, o jogador Neymar e a top model Naomi Campbell são algumas destas figuras ilustres que já foram vistas por lá.

Para dar conta e entreter tanta gente, o calendário de festas para a virada de ano é extensa. Para se ter uma ideia, apenas a agência paulistana Haute, uma das mais importantes do setor de eventos, vai realizar seis festas na vila entre os dias 27/12 e 02/01. A mais famosa delas, a Taípe, acontece na praia de mesmo nome e bem na noite da virada, com a turma pé na areia até o dia raiar.

Por conta disso, Trancoso não para de atrair investimentos, sobretudo no setor de

## **DUAS FACES DE TRANCOSO**

A igreja São João, no Quadrado, e a festa de réveillon Taípe: história, clima cool e agitos que atraem turistas do mundo todo





**SIMPLES** O prazer de desfrutar das praias (mais de 12km de orla) e da tranquilidade em meio ao casarão colorido no centro do povoado.

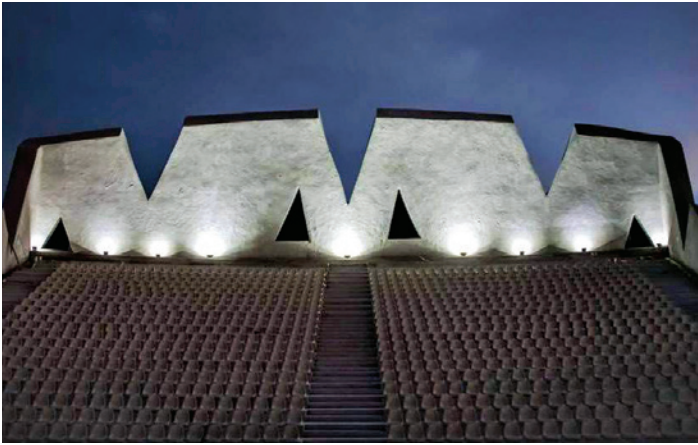
imóveis de alto padrão, hotelaria e entretenimento. Pioneiro no local, o Complexo Terravista engloba condomínio de casas (já na terceira fase), campo de golfe, centro comercial, um aeroporto, o Club Med local e espera, agora, pela abertura do Txai Trancoso em seus domínios, previsto para 2019. Também no ano que vem, o grupo Fasano deve inaugurar sua unidade na região, na ponta de Itapororoca, com villas residenciais e hotel.

Não bastassem as inaugurações, Trancoso já conta com opções de estadia que são reconhecidas internacionalmente por associarem com rara maestria o estilo rústico de praia a serviços de extrema sofisticação. É o caso das pousadas como a Etnia, Estrela D'Água e UXUA Casa (do ex-diretor criativo da marca de moda Diesel, o holandês Wilbert Das). Além da hotelaria, a gastronomia do lugar merece ser apreciada. Mesas como a do Capim Santo, El Gordo, Maritaca e Jacaré Brasil são essenciais para se aproveitar melhor a experiência em Trancoso.

Mas afinal, o que torna este um destino tão especial? Os habitués – uma turma que começou a frequentar o lugar nos anos 1970, quando ainda era um refúgio hippie, passando pela época do boom imobiliário em 1990/2000 – costumam dizer que a resposta está no Quadrado, como é conhecida a Praça São João. Ali, aos pés da igreja São João dos Índios, nome original do povoado jesuíta no século 18, entre uma canxa e outra no campo improvisado de futebol, é onde todas as tribos se reúnem – seja para um drink, um sorvete, fazer compras ou praticar o velho hábito de jogar conversa sob a copa dos chapéus-de-sol.

No Quadrado, com o seu astral cool e seu ritmo particular, não se distingue classe social, credo ou raça. A vida apenas acontece a seu tempo, onde o principal luxo é poder andar descalço e conversar com as pessoas, ouvir histórias aqui e ali, e compartilhar sorrisos. Um interessante exercício de simplicidade em meio a tanta badalação. Este, talvez, seja o segredo deste lugar: o despir-se do ter e apenas ser.





**SOFISTICADO**

O Teatro L'Occitane, campo de golfe profissional, casas de veraneio de altíssimo padrão e pousadas em estilo 'rústico-chic'.











HOTELARIA

# UM CLÁSSICO BRASILEIRO

AO COMPLETAR 60 ANOS, O BELMOND HOTEL DAS CATARATAS CONFIRMA SUA IDENTIDADE AO ALIAR SERVIÇOS DE EXCELÊNCIA, SOFISTICAÇÃO TROPICAL E UM DOS MAIORES ESPETÁCULOS DA NATUREZA.

Por **FABIANO MAZZEI**





**É** de se contar nos dedos de uma mão quais os hotéis do mundo podem oferecer uma vista tão deslumbrante de uma das sete maravilhas da natureza. Um lugar onde o astral tropical, a decoração, a gastronomia e o ambiente externo se fundem tão bem, gerando o melhor da identidade brasileira quando se pensa em hotelaria. Não à toa, o Belmond Hotel das Cataratas figura em diversas listas e premiações internacionais como um dos destinos hoteleiros cinco estrelas mais espetaculares. Em fevereiro passado, por exemplo, foi o primeiro da América Latina a receber o Star Award da revista *Forbes*.

Inaugurado em 1958, o hotel é o único dentro do Parque Nacional do Iguaçu. Para comemorar a data, os 60 anos de vida do hotel, o Belmond realizou em setembro um evento cheio de pompa nos jardins da propriedade e diante das quedas d'água. Um grupo de solistas da Filarmônica de Londres foi convidado a se apresentar para um seletíssimo público, formado por clientes preferenciais do hotel, autoridades locais e do turismo, além de jornalistas (*leia mais sobre o evento ao final desta edição*).

Atualmente, a propriedade conta com dois pisos e mais de 200 quartos em estilo colonial português. Em 2007, o prédio original foi adquirido pelo grupo Belmond (então chamado de Orient-Express Hotels) e passou três anos em reforma, ao custo de US\$ 20 milhões. O resultado foi a preservação da estrutura archi-

**COOL REPAGINADO**

Uma das suítes com vista para o jardim do hotel - com piscina privativa - e o trabalho de azulejaria no banheiro: estilo colonial português com atualizações.







**VERDE E ROSA** Natureza presente pela propriedade em contraste com a fachada rosa do hotel. Como plus, o acesso exclusivo aos mirantes das Cataratas do Iguçu.







**ÚNICO**

Suíte com vista para as quedas é um privilégio do hotel, único a estar dentro do Parque Nacional das Cataratas.

tetônica, mas com uma extensa renovação de ambientes internos e externos, bem como a inclusão de novos equipamentos.

Destaque para a piscina (aquecida no inverno), remodelada e com chaises em meio a um agradável jardim, e a decoração dos quartos e ambientes comuns, com grandes pinturas tropicais nas paredes e mobiliário de época. Sobre as suítes com vista para as quedas, são 19, mas há ótimas opções com vista para os jardins.

Há dois restaurantes, o Itaipu – classudo e com dress code – e o Ipê, mais informal, com bons cocktails à beira da piscina. Em ambos, receitas tradicionais da culinária brasileira, como a feijoada e o churrasco, além de peixes nativos dos rios locais, são sempre sugeridas pelo staff, acompanhadas de caipirinhas de cachaça.

**EXPERIÊNCIAS**

Do lado de fora, passeios incríveis como o de lancha perto das imensas cachoeiras – ou de helicóptero sobre elas – são impactantes. Caminhadas pelo parque para a observação de aves (são mais de 400 espécies na região) e de animais como a onça pintada, que voltou a se reproduzir na reserva, são igualmente incríveis. O hotel, aliás, recebeu o selo ISO 14001, de gestão ambiental, por sua atuação intensiva na preservação da fauna e flora locais.

Fora todos os tours oferecidos, só o fato de se acordar pela manhã e caminhar até um dos mirantes das Cataratas, a dois minutos diante da recepção, ainda vazios, para um momento exclusivo de contemplação, já vale a viagem.







**DELEITE PARA OS OLHOS**

Vista da varanda do restaurante, com as quedas ao fundo; as belas pinturas tropicais nas paredes; a decoração, de muito bom gosto.



**BRASILIDADE**

Gastronomia nacional é o destaque do menu. Passeios para observação da fauna local é outro atrativo.



**LUXO RELAX**

Ambientes claros e pequeno spa favorecem o relaxamento durante a estadia no hotel.





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

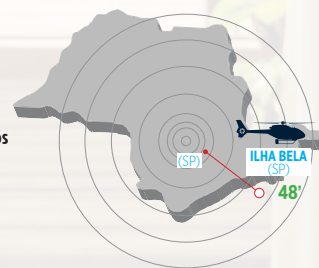
# TW GUAIMBÊ (SP)



Recém-inaugurado no litoral paulista, o novo **TW Guaimbê Exclusive Suites** alia aconchego e sofisticação, com ambientes decorados em estilo guest house e 16 acomodações. Destaque para o paisagismo, assinado por Alex Hanazaki, e a piscina de borda infinita, de frente para o mar.

Partida **São Paulo (SP)**  
Destino **Ilhabela (SP)**

Distância: **133 km**  
Aeronave **AVANTTO:**  
**Airbus Colibri H20**  
Tempo de voo: **48 minutos**  
Coordenadas:  
**23°49'19S/045°22'17W**  
Local do pouso:  
**Heliponto Maroum**  
Traslado Hotel: **7,6 km**







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

# TXAI RESORT (BA)

Em Itacaré, há 17 anos o **TXAI Resort** atrai visitantes do mundo inteiro. Sua combinação de resort de luxo – ele ostenta o selo Relais & Chateaux – com experiência local, em meio a natureza exuberante do litoral da Bahia, o consagra como um dos destinos de verão mais procurados do Brasil.



Partida **São Paulo (SP)**  
Destino **Ilhéus (BA)**

Distância: **1.258 km**  
Aeronave AVANTTO:  
**Embraer Phenom 100**  
Tempo de voo: **2h30 minutos**  
Coordenadas:  
**14°48'54S/039°2'0W**  
Local do pouso:  
**Aeroporto de Ilhéus (BA)**  
Translado Hotel: **48 km**





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

# PONTA DOS GANCHOS (SC)

Reconhecido destino para casais e eleito o resort mais romântico Brasil pelo site Trip Advisor, o **Ponta dos Ganchos Exclusive Resort** é um ícone da hotelaria brasileira. Serviço impecável, 25 bangalôs, gastronomia de excelência e o charme de se ter uma praia particular tornam sua estadia uma experiência única.

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



Partida **São Paulo (SP)**  
Destino **Gov. Celso Ramos (SC)**

Distância: **462 km**  
Aeronave **AVANTTO:**  
**Agusta AW 109 Power**  
Tempo de voo: **2h10 min.\***  
Coordenadas:  
**27°18'26S/048°33'06W**  
Local do pouso:  
**no próprio resort (SC)**

(\*) Com parada para abastecimento







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





# GRÉCIA: PARA IR ALÉM DE MYKONOS E SANTORINI

POR **TOMAS PEREZ**

**E**m junho, em plena abertura do verão europeu, estive com minha família na Grécia. O destino eram as certeiras Mykonos e Santorini. A Grécia tem as ilhas mais lindas da Europa. E não é só fama. Elas são realmente muito bonitas. Algumas, como Santorini, são conhecidas por serem românticas e preferidas pelos casais; outras, como Mykonos, têm diversos beach clubs e mais badalação, além de uma parte mais rústica e charmosa, perfeitas para famílias e grupos de amigos. Quem vai à Grécia, de modo geral, procura por paisagens incríveis e muita História, até por que a região é um dos berços culturais da nossa civilização. Além dessa parte toda sobre cultura e das praias, o lifestyle na região é dos melhores com ótimos restaurantes e bares. Para quem já conhece bem o país, ou quem já foi pelo menos uma vez, a dica é aproveitar outras ilhas não tão procuradas mas que não ficam nada a dever em matéria de beleza, praias e mar azul.

Milos, Ios, Paros, Naxos, Delos, Creta... A lista de ilhas – são mais de 2 mil espalhadas pelo Mar Egeu – é grande. Todas elas têm em comum paisagens belíssimas, com encostas que parecem que foram desenhadas a mão. Muitas delas a gente consegue reconhecer pelas casinhas brancas de frente para o mar, instaladas em penhascos e que já são cartões-postais da Grécia.

Se a ideia é ter um pouco mais de privacidade e fugir do agito, principalmente no verão quando Santorini e Mykonos têm grande procura, dá pra apostar sem medo em Ios, uma ilha localizada entre Nexos e Santorini. Creta, por exemplo, é a maior ilha da Grécia é bem conhecida, mas vale o passeio por que tem lindos vilarejos com atmosfera mais rústica e mais de 300 praias, algumas nas listas de mais bonitas de país, como Elafonisi e Balos. Delos é outra ilha bacana para ver de perto seus vários sítios arqueológicos, Naxos e Milos são ótimas opções com praias cercadas por rochas de origem vulcânica, como Sarakiniko, Plaka e Mikri. Como nem todas essas ilhas

“

A dica é aproveitar outras ilhas não tão procuradas mas que não ficam nada a dever em matéria de beleza, praias e mar azul.

”

tem opções de hospedagem do mesmo nível dos lugares mais famosos do país, como Porto Heli onde fica o incrível resort Amanzoe, uma dica é ficar em villas particulares. Essas villas, sempre com localização privilegiada, com vista para o mar, são basicamente casas com todo o conforto e ainda espaço o suficiente para viajar com a família e amigos, além de serviços muito parecidos aos dos hotéis e aquela sensação de estar em casa mesmo longe dela.

Para conhecer as ilhas, os passeios de barco são a melhor forma. Mas os sobrevoos de helicóptero devem ser considerados nas férias por lá. Esses voos podem ser tanto apenas um passeio pra ver tudo do alto, de uma nova perspectiva, como também um meio de locomoção alternativo ligando uma ilha à outra. O modelo Eurocopter EC-135 para seis pessoas foi minha escolha. Se os passeios de barcos pelas costas de Mykonos ou Santorini são um clássico, programa obrigatório não importa quantas vezes já estivemos por lá, o helicóptero deixa tudo mais rápido e prático.



Milos





Naxos



Ruínas de Cleópatra em Delos



Oia



Paros vista do mar



Creta









# NOVA ERA SUPERSÔNICA?

PROJETOS OUSADOS VISAM OFERECER A PRIMEIRA EXPERIÊNCIA ACIMA DA VELOCIDADE DO SOM NA AVIAÇÃO EXECUTIVA MUNDIAL. CONHEÇA TRÊS DESTAS PROPOSTAS.

Por **FABIANO MAZZEI**

Já se vão mais de 18 anos desde que o último passageiro civil pode desfrutar de um voo acima da velocidade do som. Em abril de 2003, o último Concorde em voo comercial aterrissava na Inglaterra fazendo sua missão de despedida, após 27 anos de glórias e glamour. Agora, quase duas décadas depois, empresas aeronáuticas de todo o mundo buscam largar na frente para entregar o primeiro jato privado a voar acima dos 1.234,8km/h. A era dos voos supersônicos, ao que tudo indica, está voltando.

Nos Estados Unidos, um poderoso consórcio formado pela empresa Aerion Supersonic, a GE Aviation e a Lockheed Martin, conhecida pela fabricação de caças militares, está em acelerado processo de desenvolvimento do modelo Aerion AS2. Trata-se de um business jet para 12 passageiros projetado para alcançar a velocidade de 1.4 MACH, ou cerca de 1.600 km/h.

“A velocidade é a nova fronteira da aviação civil”, comentou em evento em Washington, ao fim de 2017, o chairman da Aerion, Brian Barrents. À frente da empresa que desenvolve projetos aerodinâmicos para uma dezena de gigantes aeroespaciais, como a NASA, Barrents disse acreditar que o AS2 servirá de modelo, no futuro, para a evolução dos aviões comerciais de grande porte. O primeiro teste com o jato está previsto para 2023. Já o voo inaugural com passageiros deve acontecer dois anos depois.

## SEM JANELAS

Outro projeto já em andamento também nos Estados Unidos, o Spike S-512 vem sendo projetado para bater a casa dos 1.970km/h. Isso faria o trecho Nova York-Londres ser vencido, sem escalas, em menos de três horas. A Spike Aerospace, dona da ideia, patenteou também o Multiplex Digital, sistema que substitui as janelas tradicionais por superfelhas de alta definição que projetam para a cabine imagens em tempo real do exterior da aeronave.

Outra vantagem que os desenvolvedores do Spike S-512 garantem ter é uma tecnologia que reduzirá subs-



### SUPERSPEED

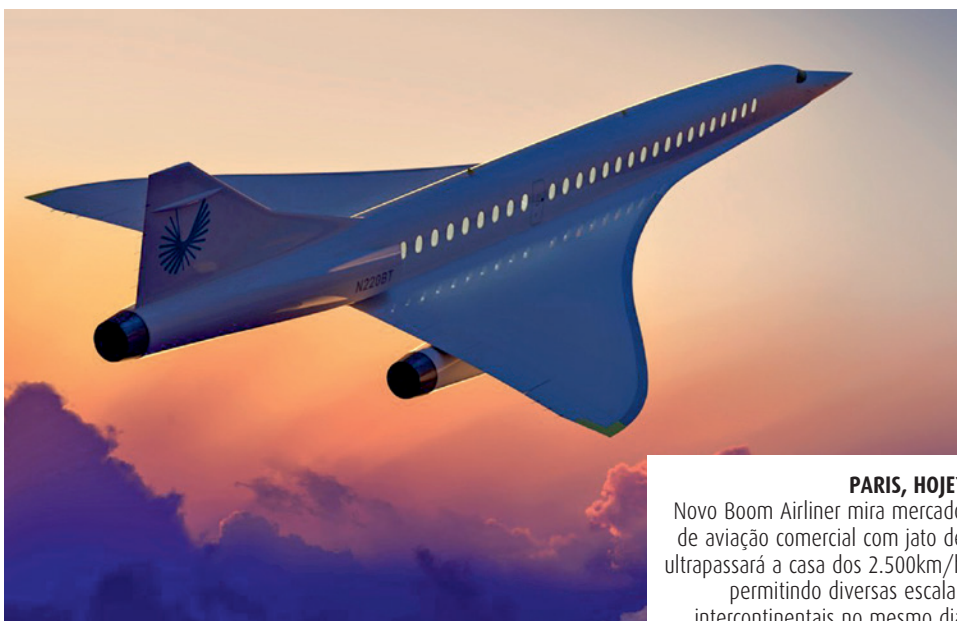
Projetos como o Aerion AS2 pretendem reinaugurar a era dos voos supersônicos a partir da próxima década





**CABINE HIGH TECH**

O interior do Spike S-512 traz como novidade o sistema de projeção de imagens Multiplex Digital, que substituirá as janelas tradicionais



**PARIS, HOJE?**

Novo Boom Airliner mira mercado de aviação comercial com jato de ultrapassar a casa dos 2.500km/h permitindo diversas escalas intercontinentais no mesmo dia

tancialmente o ruído produzido pelo jato quando da quebra da velocidade do som – algo que é proibido por lei internacional da aviação –, chamada Quiet Supersonic Flight. Com capacidade prevista para até 18 passageiros e interior totalmente customizável, podendo receber até uma suíte ou sala de reunião, o S-512 tem seu vôo inaugural previsto para também 2023.

**MAIOR E MAIS RÁPIDO**

No paralelo à iniciativas de Aerion e Spike, a empresa norte-americana Boom parece estar um passo à frente na corrida por relançar vôos supersônicos. Seu projeto, contudo, visa a aviação comercial, com duas gigantes do setor – Japan Airlines e Virgin – investindo o desenvolvimento e na encomenda das aeronaves.

A proposta da Boom Airliner é de um jato maior que os citados anteriormente, com três motores e para 55 passageiros. Este número é bastante menor do que os mais de 100 assentos oferecidos pelo velho Concorde e estaria aí o segredo do sucesso comercial do futuro Boom: menos poltronas, jato mais leve, melhor custo de operação e... preços mais competitivos. A previsão do valor do bilhete seria o equivalente, hoje, a uma passagem de classe executiva.

Em 2019, um protótipo compacto já construído no hangar da empresa, no Colorado, o XB-1, fará seu teste final para aprovação dos sistemas tecnológicos, de propulsão e para bater os 2,2 MACH (2.600 km/h) – a velocidade pretendida para o Boom. A ideia é permitir que os passageiros acordem em Nova York, almocem em Paris e curtam a noite em Dubai, tudo no mesmo dia. Isso sim é ganhar tempo.





# Neste exato momento, o seu negócio provavelmente está perdendo dinheiro.

A **percepção do cliente** em relação à sua marca define o quanto ele está disposto a **pagar pelo seu produto ou serviço**.

Então é fundamental valorizar a sua marca e se **diferenciar no cenário competitivo**. E o Design pode ajudar de maneira decisiva, pois **Design vende, vende muito**.

A **Designorama** é especialista em projetos de **Design Estratégico** que geram envolvimento, movimento e transformação, construindo percepção de **valor** e potencializando a performance comercial do seu negócio.

Ligue agora  
e agende  
uma reunião

11 3151.3010  
[designorama.com.br](http://designorama.com.br)  
[contato@designorama.com.br](mailto:contato@designorama.com.br)



Estratégia de Marca  
e Concepção Visual

ALGUNS DOS CLIENTES ATENDIDOS:



FÁBIO PORCHAT

VIGOR

RICHARD  
BARCZINSKI

Sumo  
Matta

GATTAZ  
ENGENHARIA



PEPSICO





# ORGULHO NACIONAL

POR **JOSÉ MARIO CAPRIOLI**

**N**este ano, nossa querida empresa Embraer, orgulho de qualidade no Brasil e exterior, iniciou a entrega de sua mais nova geração de aeronaves comerciais chamadas de Geração 2, ou 190-E2 e 195-E2. Essas aeronaves representam um avanço histórico no mercado de aviação civil e, por isso, devem ser motivo de comemoração para nós, brasileiros.

Como cliente e empreendedor da aviação, expresso minha grande alegria em ver o desenvolvimento dos novos aviões e o pioneirismo de uma das maiores fabricantes globais de jatos de passageiros.

Os ganhos operacionais do E2 são fantásticos. Só para dar um exemplo o E2-195 foram alongados em relação a seu antecessor, provendo maior capacidade de assentos, já que podem transportar até 136 Clientes, e queimam 12% menos combustível em relação a 1ª geração, diminuindo os custos por assento em cerca de 26%.

As asas do E2 também são mais compridas, o que reduz a área da empenagem, minimiza o arrasto e o peso e otimiza o consumo de combustível. O aperfeiçoamento de alguns sistemas da aeronave e a reformulação das portas do trem de pouso também vão facilitar a manutenção, reduzindo os custos diretos em até 30%.

E para completar, a nova geração dos jatos da Embraer contemplam ainda uma evolução fantástica em avionica, aumentando em 45% as informações disponíveis nas telas de sistemas de navegação.

Voando pelo país e ouvindo feedbacks de clientes que hoje voam nas aeronaves da Azul, consigo perceber o quanto os jatos da Embraer são também muito queridos por pessoas no Brasil e no mundo.

“ Voando pelo país e ouvindo feedbacks de clientes que hoje voam nas aeronaves da Azul, consigo perceber o quanto os jatos da Embraer são muito queridos. ”

A configuração e o tamanho dessas aeronaves, que trazem uma percepção ainda maior de conforto, são essenciais para garantir a excelência do serviço e manter a qualidade do produto. São conhecidos por terem 2 assentos lado a lado, sem o “assento do meio”.

Sem dúvida, as novas aeronaves E2, da Embraer, serão um sucesso e ajudarão companhias ao redor do mundo a oferecer um produto de alto padrão, com a satisfação de seus clientes lá em cima!







**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)



LABACE 2018

# ANO DA RETOMADA

COM NOVO FORMATO, MAIS CONTEÚDO E AUMENTO NO NÚMERO DE NEGOCIAÇÕES, A PRINCIPAL FEIRA DE AVIAÇÃO DA AMÉRICA LATINA REFLETE A RECUPERAÇÃO NO SETOR NO BRASIL.

Por FABIANO MAZZEI







**CRESCIMENTO**  
Com alta média de público e negócios sendo fechados durante o próprio evento, LABACE confirmou a curva de crescimento no setor.





#### CIRCULAÇÃO

Evento contou com nova proposta e formato de exposição, tornando o fluxo das pessoas mais dinâmico.



**É** algo ainda lento, gradual. Mas a aviação particular no País, aos poucos, vem dando sinais de recuperação. Desde o início do ano, a frota executiva no Brasil cresceu 0,3%, mas o número de operações (pousos e decolagens) subiu 13%, segundo dados da Abag (Associação Brasileira de Aviação Geral). Este respiro no setor também pode ser constatado na última edição da Labace 2018 (Latin America Business Aviation Conference & Exhibition), a maior feira de aviação privada da América Latina, ocorrida em agosto, no Aeroporto de Congonhas, em São Paulo.

Em números, o evento organizado pela Abag contou com mais de 100 empresas do segmento, nacionais e internacionais, e colocou em exposição 47 aeronaves. Também foi registrada uma ótima média de público: 10 mil pessoas. Dentre as vedetes, os novos helicópteros da Airbus e da Leonardo – H135S e AW109 Trekker, respectivamente –, a versão 2018 do Embraer Phenom 100, o ultraluxuoso Bombardier Global 6000 e o pequeno, mas valente Cirrus Vision SF 50, um dos mais visitados no evento.

A **Avantto – Administração de Aeronaves** marcou presença importante na feira com um espaçoso lounge. Com eventos diários, degustação de bebidas premium e uma ação de vendas exclusiva para o evento, o





#### CONTEÚDO

Palestras simultâneas em arena montada no centro da feira atraiu a atenção dos presentes no evento.

espaço se tornou um dos mais disputados pelo público e convidados.

No que diz respeito aos negócios, a expectativa inicial da organização era a geração de receita na casa dos R\$ 280 milhões. A cifra não foi confirmada, mas o que se viu nos três dias de feira foram diversos negócios sendo fechados ali mesmo. Outros tantos iniciados nos estandes e com boa chance de êxito em encontros agendados com os clientes pós-evento.

Um dos grandes destaques da LABACE 2018 foi a programação de palestras e seminários. Em um palco arena, que comportava até quatro eventos simultâneos, o público se revezou ao longo dos três dias em torno de temas como capacitação profissional, táxi aéreo pirata, transporte aeromédico e o futuro da aviação geral brasileira. “A Labace 2018 representa um marco no item capacitação profissional, porque a Abag está definitivamente retomando o papel institucional de fomentador do debate a respeito da aviação geral e da formação dos profissionais”, disse Flavio Pires, CEO da Abag.

Outra novidade foi a dinâmica proposta pela organização para a circulação das pessoas. Mais compacto na área utilizada pelos expositores e com trajeto circular, o novo formato facilitou a visualização e interação com todos os produtos e lounges por parte do público.





# Sobre a AVANTTO

## COMPARTILHAMENTO DE AERONAVES



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



SEGURANÇA



100% DE  
DISPONIBILIDADE



COMODIDADE



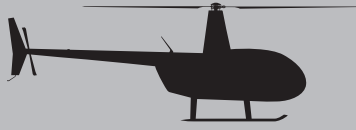
RACIONALIDADE



PRAZER

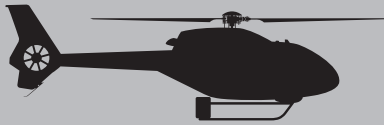


# Nossa Frota



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

Excelente custo/benefício. O 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 a 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.

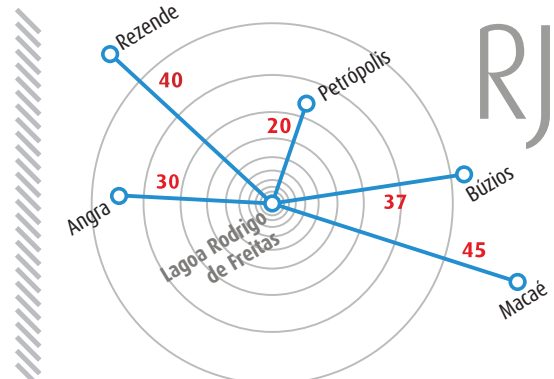
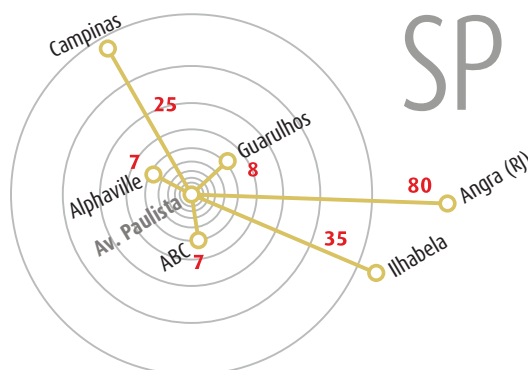


**AW109 POWER**  
 Fabricante: **LEONARDO**  
 Lugares (piloto + pax): **2 + 6**  
 Veloc. de cruzeiro: **282 km/h**  
 Alcance: **930 km**

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**

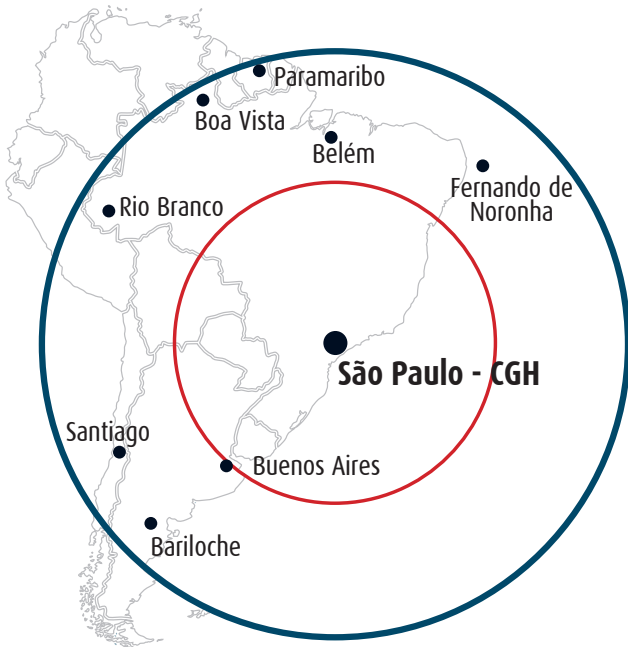
Com linhas futuristas e acabamento luxuoso, o Phenom 300 é um jato de exclusividade e conforto. Sua cabine projetada pelo designer Worksusa, empresa do grupo BMW. O jato é capaz de voar de São Paulo e Rio de Janeiro para as principais capitais brasileiras e latino-americanas.



**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**



**Partindo de Rio de Janeiro - GIG**



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		

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		





Solistas da Filarmônica de Londres se apresentam diante das Cataratas do Iguazú



# Filarmônica de Londres nas Cataratas

Um dos maiores ícones da hotelaria, o Belmond Hotel das Cataratas comemorou seus 60 anos, dia 20 de setembro, com uma apresentação especial de solistas da Orquestra Filarmônica de Londres. O repertório incluiu obras de Antonio Vivaldi (1678-1741), Heitor Villa-Lobos (1887-1959), Ludwig van Beethoven (1770-1827) e Gabriel Fauré (1845-1924). O evento contou com a presença de convidados, autoridades locais e a direção do grupo Belmond no Brasil. Confira como foi.



Kristina Blaumane e Tamara Young



Pieter Schoeman (violino), Michael Cox (flauta), Richard Waters (viola), Jonathan Davies (fagote), Kristina Blaumane (violoncelo) e Tamara Young (harpa).



Convidados na apresentação da filarmônica pelos 60 anos do Belmond Hotel das Cataratas





BEBA COM MODERAÇÃO



**BUENO**  
wines

*O Melhor*  
**PINOT NOIR**  
*do Brasil*



CAMPANHA GAÚCHA, CANDIOTA - RS - BRASIL

**CAMPEÃO** DA GRANDE  
PROVA DE VINHOS **2018**

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





Com decoração cool e boa circulação, o espaço recebeu clientes e convidados em clima de descontração.

## AVANTTO na LABACE 2018

Um espaço de convivência e de negócios, com degustações de bebidas premium e oportunidade para quem deseja realizar o sonho de voar. Este foi o resumo dos três dias no lounge da **Avanto** na última edição da Labace, em agosto. Em média, cerca de 300 pessoas passaram por dia no espaço, tornando-o um dos mais disputados do evento. Clientes, amigos da marca, fornecedores e convidados especiais, além de parceiros como **a Bueno Wines** e **a World Wine** que agregaram um valor ainda maior ao lounge. Confira alguns destes momentos.



Fernando de Borthole, apresentador e piloto, também visitou nosso estande







Convidadas recebem taças do prosecco Mionetto em degustação no lounge



Mario Lindenhayn e Ricardo Paganini, da AirBP



Daniel Freire, da Bueno Wines, e Giampiero Colognori, da Avantto



Grande movimentação no lounge marcou os três dias da feira, no Aeroporto de Congonhas

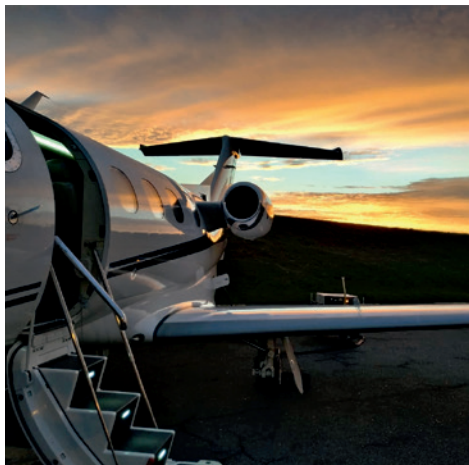


Rogério Andrade, CEO Avantto, conversa com os clientes



# @avanttooficial

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



**DOCE REGRESSO**  
@eloliveira86



**NO CAMPO DE ALGODÕES**  
@ulissesdj



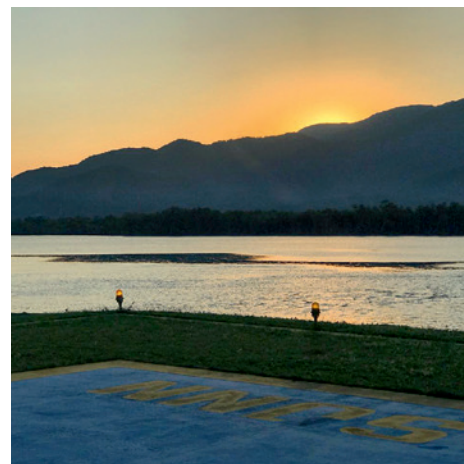
**PERSPECTIVA**  
@Emiliano\_Leipnitz



**TIME IS MONEY**  
@oliveiraselminha



**NA FRONTEIRA DO CÉU**  
@eloliveira86



**O SONHO DA CHEGADA**  
@du\_lamarula



**PARAÍSO VISTO DO ALTO**  
@du\_lamarula



**BLUE SKY**  
@du\_lamarula



Instagram

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

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





# SEEN

RESTAURANT & BAR

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](#) [@](#) @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:

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

 **CYRELA**