

AVANTTO

LIFESTYLE MAGAZINE





Com a Avantto é diferente

de manhã no escritório
e à tarde com as crianças

Você
à frente
do tempo

Há uma grande diferença entre ser e não ser Avantto.

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

◆ Gestão de Aeronaves

◆ Propriedade Compartilhada de Aeronaves



Certificada pelo ISBAO.



AVANTTO

Administração de Aeronaves

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

EXPLORE CAMINHOS QUE OS OUTROS NÃO ENXERGAM.

NOVO BMW X6.



BMW X6

www.bmw.com.br/x6



Puro Prazer de Dirigir

A segunda geração do BMW X6, o primeiro SAC (Sports Activity Coupe) do mundo, acaba de chegar ao Brasil. Motor BMW TwinPower Turbo V8 de 450 HP de potência e 650 Nm de torque, Dynamic Performance Control, Pacote M Sport, Chassi Adaptável M, rodas M aro 20 e Tecnologia LED para Faróis. iDrive Touch Controller com Sistema de Navegação Profissional, BMW Head-Up Display, BMW Night Vision com reconhecimento de pedestres e Display Multifuncional. Sistema de Som Bang & Olufsen e Sistema de Entretenimento Traseiro Profissional.

BMW EfficientDynamics
Menos emissões. Maior prazer de dirigir.

Na cidade somos todos pedestres.





UMA VIAGEM NO TEMPO – COM A RIMOWA

Os anos 20 foram marcados pelo início da aviação moderna e a era dourada de Hollywood. Hugo Junkers apresentou a primeira aeronave comercial totalmente de metal em 1919. Ela foi construída em liga de alumínio para aeronaves, descoberto em 1906 por Alfred Wilm. Em 1950, a RIMOWA lançou a primeira mala de viagem com o inconfundível design dos frisos. Feita com o mesmo material, era, na época, a mala mais leve do mundo. A RIMOWA foi realmente uma pioneira no segmento, dando início, desde então, ao conceito de malas leves para viagem.

São Paulo: Jardins - Iguatemi - JK Iguatemi
Rio de Janeiro: Shopping Leblon - Rio Design Barra

www.rimowashop.com.br
www.rimowa.com



A eficiência suíça vai além da tecnologia.

Somos conhecidos por nossa precisão. Isso nos ajudou a desenvolver a tecnologia inovadora de nossos premiados assentos de classe executiva, que garantem mais espaço, conforto e privacidade. Aliados ao excelente serviço de bordo, alta gastronomia e simpatia de nossos comissários, você vai experimentar o melhor da Suíça, antes mesmo de chegar lá. Para saber mais sobre sua próxima viagem, visite-nos em swiss.com

Voos diários para
80 destinos em
toda a Europa
SWISS.COM

DO NOT OPEN DOOR
IF RED WARNING LIGHT IS FLASHING
(CABIN PRESSURIZED !!)



CARTA DO CEO

Na terceira edição da Avantto Lifestyle Magazine, buscamos trazer o que há de mais exclusivo e moderno, partindo das incríveis paisagens do deserto do Atacama, passando pelo amado Rio de Janeiro e fazendo escalas nos mais diversos temas da atualidade.

Locais sensacionais para visitar, sugestões de presentes (inclusive para mimar a si mesmo) marcantes e especiais, análises de colunistas renomados e carregados de expertise nas suas áreas e até mesmo uma incursão pelo mundo do tiro esportivo estão incluídos nessa edição.

Tudo isso para agregar valor e tornar a sua experiência conosco mais prazerosa. Não medimos esforços em priorizar a qualidade, o conforto e o alto padrão de nossos serviços, adicionando eficiência e otimizando o tempo no seu cotidiano. Seja bem-vindo a mais um voo pelo mundo da Avantto!

Rogério Andrade

EXPEDIENTE

ANO I / Nº 3 / Junho 2015

STAFF

CEO

Rogério Andrade

Marketing

Mariana Coelho

Publisher

Rudy Gatolin

Produção de Conteúdo

Hochmuller Comunicação
Let's Web

Jornalistas responsáveis

Erica Brasil - MTB/SP 54085
Fran Hochmuller- MTB/RS 9581
Leticia Ghedin - MTB/SP 54562

Colaboradores

Cau Saad
Cristina Tolovi
Denis Rezende
Gustavo Franco
Maitée Camargo
Marcella Kanner
Nicola Calicchio
Roberto de Ávila Miranda
Tássia Magalhães
Tomas Perez

Projeto Gráfico

Uakari

Revisão

Fabíola Piovesan

Produção Gráfica

José Webber

Atendimento

Carolina Oliveira

*Quando o homem respeita
o que a natureza tem de melhor,
a natureza valoriza o melhor
dos homens.*



Sr. Julio Okubo,
90 anos e apaixonado
pelo que faz.

MÃOS QUE CONTAM MAIS DO QUE A HISTÓRIA QUE ESCREVEM.

MÃOS QUE SE MOVEM DIFERENTE. QUE REFLETEM O BRILHO. E BRILHAM.

MÃOS FIRMES. MÃOS FORTES. QUE CRIAM CONTORNOS. ELEGANTES.

MÃOS DE FAMÍLIA. DE PAI PARA FILHO. MÃOS QUE DÃO DE PRESENTE

PARA AS OUTRAS MÃOS... JOIAS.

OBRIGADO PELOS 50 ANOS DE MÃOS DADAS.



Julio Okubo

www.juliookubo.com.br



SUMÁRIO

TRAVEL STYLE



46

ATACAMA

O deserto vibrante do alto das Américas.

18

RIO DE JANEIRO

Rio, eu gosto de você!

50

REGENT SEVEN SEAS

Destinos exuberantes, serviços exclusivos e inovações luxuosas criam uma experiência única a bordo.

BUSINESS STYLE



22

NÉRCIO FERNANDES

O líder do varejo.

16

GUSTAVO FRANCO

A derrocada.

30

NICOLA CALICCHIO

Nunca deixe de aproveitar uma boa crise.

38

MAITÉE CAMARGO

Empresas buscam um novo perfil profissional de RH.

AERO STYLE



58

HOWARD DGA-15

Setentão com tudo em cima.

24

PHENOM 100

Do papel à perfeição.

40

EBACE

A maior feira de aviação da Europa, celebra 15 anos de excelência.

90

UMA AERONAVE PARA CHAMAR DE SUA

A Avantto te auxilia em todo o processo.

MY STYLE



68

INHOTIM

O verde e a arte exuberantes atraem visitantes de todo o mundo.

32

TIRO ESPORTIVO

Disciplina, autocontrole e concentração.

70

TÁSSIA MAGALHÃES

Delícias da Dinamarca.

92

HOT SPOTS

Sugerimos quatro incríveis lugares, selecionados a dedo e a um voo do seu alcance.



Pomodori

A Gastronomia Refinada Italiana.

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



FOTOS ILUSTRATIVAS

COLABORADORES

GUSTAVO FRANCO



Economia

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

Negócios

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

NICOLA CALICCHIO



MAITÉE CAMARGO



Carreira

Lidera a Prática de Ciências da Vida e Serviços de Saúde da Egon Zehnder na América Latina e a de Recursos Humanos no Brasil. Atua na iniciativa de Diversidade e Inclusão da empresa. É formada em Administração de Empresas pela FGV, e MBA pela Kellogg School of Management, Northwestern University, nos EUA.

Saúde e Bem-estar

Personal Trainer e responsável por criar um circuito funcional que leva seu nome. É formada em Educação Física e pós-graduada em metodologia do treinamento específico e especializada em nutrição esportiva.

CAU SAAD



TÁSSIA MAGALHÃES



Gastronomia

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

Arte e Cultura

É formada em Comunicação Visual pela FAAP, pós-graduada em Moda na Faculdade Santa Marcelina e MBA na FIA. Hoje trabalha na Galeria Millan, onde atende as principais coleções particulares e institucionais. Participa das principais feiras de arte pelo mundo.

CRISTINA TOLOVI



ROBERTO DE ÁVILA MIRANDA



Mercado do Luxo

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

Turismo

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

TOMAS PEREZ



DENIS REZENDE



Vinhos

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

Moda

É Diretora de Marketing da Riachuelo, iniciou no departamento de moda e atuou na área comercial da empresa também. Formada em Moda pelo SENAC, com extensão em Gerenciamento de Produto pela FIT, em NY, e MBA na FIA.

MARCELLA KANNER



Bolt blue sky
Sparkling blue sea
Charter Blue Vision



Bernetti, 2007 / 2010, 44m / 144ft, 10 cabins, from €125,000 per week

Blue Vision is one of the best yachts of her size for charter. With the space and features more like that of a 60 metre yacht, her contemporary Italian interior is superbly arranged for entertaining. The exceptional crew will help guests of all ages to make the most of the sports equipment. Three decks provide space for every hour of the day, from sunbathing around the Jacuzzi, to a shaded candlelit dinner. The sun deck in particular, is outstanding. Blue Vision is always sought-after - call Edmiston for availability this summer in the South of France, Italy or the Balearics.

SÃO PAULO: +55 11 5092-5265
brazil@edmiston.com

EDMISTON



A DERROCADA

Por Gustavo Franco

A publicação do balanço da Petrobras para 2014 abre um capítulo particularmente revelador de um desmoronamento amplo, espetacular e de dimensões históricas, mesmo que ainda incompleto. Diante dessa catástrofe, espera-se que nunca mais o país ouça sem um arrepio os conceitos que orientaram esse experimento de petro-populismo, heterodoxia fiscal e “capitalismo de quadrilhas” (na falta de melhor tradução para “crony capitalism”, um fenômeno já bem identificado em outros países).

É de se esperar que este terremoto vá bem além da candidata eleita, ou da economia, que já vinha mal, pois atacará de frente um conjunto de ideias, ou uma ordem que seria simplório designar apenas como petista, pois transcende os patéticos personagens associados à tesouraria do PT, seus líderes encarcerados e amigos da empreita. O país quer um novo paradigma em matéria de política, e de política econômica, não é outra coisa o que se ouve pelas ruas e pelos botecos.

Essa rocambolesca “ascensão e queda” não é assunto novo, e já havia recebido marcos definidores nas duas capas da **The Economist**: em novembro de 2009, o Cristo Redentor decolava, mas em setembro de 2013, voava destrambelhado como um pacote bêbado. Diante dos acontecimentos posteriores, a segunda capa, que alguns viram como um insulto, hoje soa como uma piada de salão, quase uma gentileza. As más notícias dos últimos meses não conhecem precedente em nossa história, tanto pela torpeza quanto pelos valores.

A decadência desse império ocorreu de forma inacreditavelmente veloz, mesmo considerando os padrões do mundo hiperconectado em que vivemos, e decorre de pelo menos três pragas - a primeira, curiosamente, relacionada com uma excelente notícia, um presente da Natureza, a heroica descoberta de um tesouro petrolífero onde ninguém havia se atrevido a procurar.

A segunda foi a utilização da crise de 2008 como um pretexto para uma grande inflexão para pior na política fiscal, agora consagrada no que tem sido chamado de “escândalo das pedaladas”, e o mesmo para a política industrial, com seus campeões e favoritos.

A terceira, e mais hedionda, é a da corrupção, que potencializa e explica em boa medida a vilania exibida no desenvolvimento das duas primeiras linhas de conduta, pois sua presença parece “sistemática” a partir de 2004, segundo testemunha, viciando muitos processos decisórios.

Mais detalhe sobre cada uma dessas pragas: a primeira tem a ver com o modo como Lula e o PT definiram a estratégia do país diante da descoberta do pré-sal. Reveladoramente, o debate começou pelo fim, com a vinculação dos ganhos à educação, e com a distribuição de “royalties” para unidades federadas, criando um mecanismo de socialização dos “rents” para servir como espinha dorsal de um “petro-populismo” semelhante aos de Venezuela e Rússia. Nesse contexto, é claro que era preciso estatizar o mais possível esta riqueza, sem muita conta sobre os investimentos que a Petrobras teria que fazer, pois o cálculo político, este sim, muito preciso, era sobre como se usar o tesouro para cooptar os entes federados. É fortíssimo, no Brasil, esse DNA rentista, propenso ao extrativismo, e avesso ao suor, ao individualismo e à produtividade. Que melhor redenção, ou que melhor pretexto para abandonar agendas reformistas e modernizadoras que descobrir petróleo?

Era a praga da displicência, versão caribenha do que se conhece como “Doença Holandesa”.

A segunda maldição teve que ver com a crise de 2008 e com a sensação de que o capitalismo ocidental estava acabado, que a índole perversa dos mercados jamais poderia levar ao bem comum senão debaixo de pesada regulação e que John Maynard Keynes, como Dom Sebastião, retornava triunfal das brumas do oceano na versão idealizada em Campinas. Para alguns economistas locais, cujos relógios pararam em 1936, a ocasião era perfeita para recuperar as “políticas anticíclicas”, das quais não se ouvia há décadas.

Disseminou-se, ademais, exaltação ao capitalismo de estado, modelo chinês, descontaminado das liturgias ocidentais como democracia e transparência, e o conjunto definido pela Goldman Sachs como BRICS começou a levar a sério suas escassas semelhanças. Era o apogeu da ilusão na existência de “vida extraterrestre” e na “ciência alternativa”: eis a “Nova Matriz Macroeconômica”, a praga da irresponsabilidade.

A terceira praga veio dos porões onde se definiam os aspectos operacionais do sonho petro-populista-heterodoxo: os investimentos necessários, o conteúdo nacional, os campeões, as desonerações e as pedaladas; parece pouco provável que esses assuntos tenham sido decididos por gente inocente em ambientes republicanos. As possibilidades de entrelaçamento entre interesses públicos e privados nessa “Nova Matriz” eram imensas, necessárias e inevitáveis e, assim, nosso cordial capitalismo de laços naturalmente desceu vários andares na escala da moralidade.

O Brasil se torna um curioso caso de país ex-comunista sem nunca ter sido, e que, bastante tempo depois da Queda do Muro, procurava imitar os traços mais perversos de alguns países que foram socialistas por longo tempo.

Sete anos depois, nem o mais neoliberal dos profetas poderia imaginar que o sonho petista petro-populista ia se converter nessa gororoba que tem assolado o noticiário cotidiano e que ganhou do presidente da Petrobras uma definição em uma única palavra: vergonha, disse ele, ao reconhecer mais de R\$ 50 bilhões em baixas contábeis.

A publicação do balanço auditado da Petrobras é um fato histórico, sem ser novidade, pois foi uma confissão formal e irretirável. A companhia contabilizou suas “despesas” com corrupção em R\$ 6 bilhões com a aplicação do percentual de 3%, informação proveniente das delações no âmbito da Operação Lava-Jato, sobre todos os contratos com as empresas citadas na investigação durante o período que vai de 2004 a 2012. O reconhecimento oficial da desonestidade, graças a um dispositivo da legislação americana, abre imensas possibilidades, e levanta múltiplas questões.

Os números para baixas contábeis são quase 10 vezes maiores que os da corrupção, e os de perda de valor da companhia talvez 30 ou 40 vezes maiores. Lembrando do professor Mario Henrique Simonsen e de sua lógica ferina, é fácil ver que teria saído muito mais barato para os acionistas pagar apenas as propinas e não ter implementado o “novo modelo”. Ou seja, a incompetência combinada à megalomania custou muito mais que a corrupção e levou a Petrobras a um nível de endividamento imprudente, mais ou menos onde se encontra a União nesse momento, ambas sob o imperativo de “desalavancar”.

A corrupção é a parte menor na conta, é verdade, mas vale lembrar aos que estão à espera de um Fiat Elba que o modelo está fora de linha. Os tempos são outros, mas se trabalharmos com o Novo Fiat Uno, custando perto de R\$ 35 mil, o balanço da Petrobras indica que a corrupção oficialmente reconhecida equivale a 171.429 automóveis desse modelo. É mais de dois meses de produção à plena capacidade.

RIO, EU GOSTO DE VOCÊ!

DIZER QUE O RIO DE JANEIRO CONTINUA LINDO TALVEZ SEJA O MAIOR CLICHÊ PROFERIDO PELOS QUE PASSAM PELA CIDADE MARAVILHOSA. MAS, COMO DISCORDAR?



O Rio de Janeiro completou 450 anos em março. Com isso, 2015 está sendo marcado pela exaltação do amor que não só o carioca, mas muitos brasileiros, sentem pela cidade. As praias, as belezas naturais, a cultura, a história e seu patrimônio são apenas alguns dos seus destaques.

A ocasião é perfeita para uma visitinha ao Rio, que mantém seus fascínios e continua arrebatando corações. A cada passeio, todos os sentidos são aguçados e o encantamento é inevitável. Em clima de Samba do Avião, confira o nosso roteiro.

Para passear

Instituto Moreira Salles

O próprio imóvel, um marco da arquitetura moderna dos anos de 1950 e que foi a casa privada da família do banqueiro Walter Moreira Salles (pai do aclamado cineasta Walter Salles), já é uma atração. Um exuberante jardim concebido por Roberto Burle Marx compõe o cenário, que abriga acervos de Fotografia, Música, Literatura e Iconografia, além de exposições, filmes e shows.

Museu de Arte Moderna (MAM)

Fundado em 1948 e testemunha do surgimento de vários movimentos artísticos no Brasil, o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro está localizado no Aterro do Flamengo.

Vanguarda e experimentalismo marcaram a história do museu, que hoje acolhe eventos culturais como exposições, performances, mostras de cinema e festivais.

Mais de 6 mil peças de artistas consagrados constituem o acervo, uma das coleções mais importantes no país. Esculturas, pinturas, fotografias e filmes revelam memória, técnica e diversidade, representada por talentos de várias partes do mundo.

PARA COMER

D.R.I. Café

Localizado em meio à fascinante paisagem verde do Parque Lage e instalado na suntuosa casa que também abriga a escola de Artes Visuais, o D.R.I. Café tem uma atmosfera aconchegante e bucólica. O menu inclui delicioso café da manhã, bandeja de chá, lanches e almoços leves. Como brinde, é possível degustar o pedido tendo como vista o Corcovado e o Cristo ou apreciando eventos de arte e boa música.

Parque Lage. Rua Jardim Botânico, 414. Jardim Botânico.

Bar do Horto

Uma casa tombada, em frente ao Jardim Botânico, com fachada verde limão, forrada com papel de presente e luzes coloridas, decorada com santinhos, bonecos, estampas e texturas, miudezas variadas e muito mais. O reaproveitamento e a criatividade tornam o lugar acolhedor e multicultural, marcado pelas mais diversas influências. O local está sempre em busca de novidades, tanto na decoração como no cardápio. Perfeito para ir acompanhado, o local oferece música ao vivo e várias deliciosas opções da clássica comida brasileira. A cerveja artesanal puro malte feita na microcervejaria é outro destaque do local.

Rua Pacheco Leão, 780. Jardim Botânico

Irajá Gastrô

O premiado chef Pedro de Artagão reinventou receitas tradicionais e criou um menu servido no ambiente **new chic** do também laureado Irajá Gastrô. A experiência gastronômica pode envolver uma salada caprese repaginada com mozzarella de búfala líquida, com uma farofa de pão salteada por cima de cinco variedades diferentes de tomate. Ou, então, uma releitura da galinhada, com pegada mais granjeira, feita de ovo com glacê de galinha caipira, curau de milho e crocante de canjiquinha.

Rua Conde de Irajá, 109. Botafogo.

Laguiole

Aproveitando a visita ao MAM, vale abraçar a oportunidade de degustar o menu inspirado na arte contemporânea que envolve o Laguiole, criado pelo jovem e premiado chef da casa, Ricardo Lapeyre. A inspiração se evidencia em pratos que homenageiam a ArtRio e outros inspirados na série Marilyn Monroe de Andy Warhol.

Além da vista, pontos turísticos como o Cristo Redentor, o Pão de Açúcar e a Baía de Guanabara podem ser visualizados do salão - a adega climatizada dispõe de uma carta de vinhos com 600 rótulos de todas as nacionalidades. No cardápio, a atração fica por conta do camarão VG grelhado, com chutney de manga e arroz de maçã.

Museu de Arte Moderna (MAM).

Av. Infante Dom Henrique, 85. Parque do Flamengo.



Confeitaria Colombo



Instituto Moreira Salles



Confeitaria Colombo

Espelhos belgas, móveis em jacarandá e mármore italiano contabilizam mais de 100 anos de história, da qual a Confeitaria Colombo é um ícone da belle époque da cidade, integrando o Patrimônio Histórico e Artístico do Rio de Janeiro. A casa já recebeu membros da realeza mundial e mantém um clima de luxo e glamour, presente em todos os ambientes da casa.

Não deixe de provar o Petit Four, os casadinhos, sanduichinhos de pão de forma, que voltaram para o menu a pedido do público e o camarão recheado, carro-chefe da casa.

Rua Gonçalves Dias, 32, Centro.

PARA HOSPEDAR-SE

Belmond Copacabana Palace

Um dos mais renomados e sofisticados hotéis do Brasil, o Belmond Copacabana Palace é um símbolo da cidade. Envolto em uma aura de tradição e luxo, foi palco de grandes acontecimentos e recebeu membros da realeza de várias partes do mundo, presidentes, astros do cinema e da música, esportistas, políticos, executivos que visitam a cidade e personalidades importantes em vários campos de atuação. Foi palco até de um marco cinematográfico, como a gravação, em 1933, da primeira cena em que Fred Astaire e Ginger Rogers dançaram juntos, no filme "Flying down to Rio".

Clima familiar, intimismo e personalização ajudam a criar momentos de prazer e conforto. Salão de beleza, boutiques, fitness center, massoterapeutas, florista e outros serviços de qualidade estão à disposição dos hóspedes.

A primorosa gastronomia está representada pelos restaurantes MEE, Cipriani e Pergula. O MEE é o primeiro restaurante pan-asiático do Rio e um dos primeiros restaurantes na América do Sul a receber uma estrela do prestigiado Guia Michelin, em sua primeira edição brasileira. A disposição dos clientes, um menu único, criado especialmente pelo ídolo da gastronomia chinesa Ken Hom.

O chef italiano Luca Orini chegou ao Brasil em 2013 para comandar o Cipriani e trazer para seus comensais, além de um menu enxuto de almoço e jantar, suas sugestões diárias e a possibilidade de sentar-se à mesa do chef, instalada dentro da cozinha para uma degustação dos pratos mais variados e exclusivos do restaurante. São apenas seis lugares, com vista para a movimentação da cozinha, e pratos harmonizados em quantidade ilimitada.

A cargo do chef carioca Filipe Rizzato, o Pér gula é um restaurante especializado em cozinha internacional. Sua localização, ao lado da piscina, permite que os hóspedes façam as refeições ao ar livre ou no salão. Além de um vasto cardápio à la carte com especialidades do mundo inteiro e sanduíches, o Pér gula oferece um bufê no almoço com opções de saladas, pratos quentes e sobremesas.

Serviço

Teresa Perez Tours
www.teresaperez.com.br



Belmond Copacabana Palace



Reconhecido por sua excelência nos serviços, o Copa oferece também experiências gastronômicas memoráveis. Encante-se com o melhor da culinária Pan Asiática no Mee, recentemente premiado com uma estrela Michelin, e eleito pelo Prêmio Comer & Beber o melhor restaurante asiático do Rio.



Para reservas acesse o site belmond.com/copacabanapalace ou ligue para (21) 2545 8787



O LÍDER DO VAREJO

COM AS SUAS ATIVIDADES INICIADAS EM 1985, DURANTE O INÍCIO DA INFORMATIZAÇÃO DAS EMPRESAS BRASILEIRAS, A LINX SE ESPECIALIZOU NO MERCADO DE SISTEMAS PARA O SETOR DO VAREJO, SEU PRINCIPAL FOCO ESTRATÉGICO, TORNANDO-SE A MAIOR SOFTWARE HOUSE DE VAREJO DO BRASIL.

Conheça um pouco sobre a trajetória bem-sucedida do empresário Nércio Fernandes, atualmente Vice-Presidente de Inovação da Linx.

Qual foi o estalo/insight, lá na década de 1980, que o levou a abandonar a faculdade, vender o carro e abrir a Linx?

O meu empreendedorismo e a curiosidade pela Microinformática, que na época era uma grande novidade, foram os principais fatores que me motivaram a abrir a minha própria empresa. O impulso da idade me fez sair da faculdade antes de terminá-la, porém, não defendo esse comportamento. Se eu pudesse voltar no tempo, teria concluído o curso.

Cada vez mais fala-se sobre Big Data e a importância de, não apenas coletar dados relevantes à operação da empresa, mas também, de saber analisá-los e reverter as informações em favor da empresa. Como você percebe o empresariado brasileiro se movimentando nesse sentido, ou ainda estamos falando de uma tecnologia que está distante do pequeno empresário?

Somos uma empresa com foco no Varejo e nesta área o Big Data é uma ferramenta sensacional para cruzamento de dados

estruturados ou não-estruturados para, por exemplo, auxiliar nas recomendações ao consumidor. No varejo virtual esta prática já não é novidade, porém a revolução está em trazer esta experiência para o varejo físico e todos os pontos de contato com o consumidor, sempre lembrando que o segredo está em saber usar as informações que serão oferecidas pelo Big Data, pois em alguns casos os dados estão à disposição, porém, sem os profissionais necessários para tirar proveito dela, fica apenas o gasto com a tecnologia.

Como você descreve sua trajetória de liderança que o fez transformar a Linx na maior software house de varejo do Brasil? Qual seu conselho ou dica para os jovens empresários neste sentido?

Acredito que além de produtos que o mercado necessite, posso destacar alguns prontos para o crescimento da Linx - o faro para boas oportunidades, escolher bons parceiros e ter bons sócios foram fundamentais para o crescimento. Também é importante nunca se esquecer da ética pessoal e profissional para se ter um negócio duradouro, reunindo nossos colaboradores, fornecedores e clientes em um ambiente saudável de parceria ganha-ganha.

Quais os principais objetivos da parceria com a escola de negócios digitais Internet Innovation, recentemente divulgada?

A parceria com a Internet Innovation é uma iniciativa dos nossos colaboradores que incentivamos muito e também temos ações, desenvolvidas pela própria Linx, que visam a educação, como o MBA Linx. Além do investimento em educação corporativa, investimos também na qualificação permanente dos nossos colaboradores e criamos um ambiente agregador e estimulante para a absorção de novas equipes, promovendo condições para a inovação contínua. Ao mesmo tempo em que proporcionamos um clima de cooperação, valorizamos o talento e engajamos todo o time na busca por resultados.

Sobre o MBA Linx

O MBA Linx, é um programa de Educação Continuada em Tecnologia e Serviços para o varejo que capacita os colaboradores da empresa nos conhecimentos formais e práticos fundamentais para a atuação no mercado de varejo, focando nos processos de negócio essenciais para a companhia, nas melhores práticas de gestão de mercado, na obtenção dos melhores resultados dos seus times de trabalho e, especialmente, no atendimento às necessidades dos clientes, razão de existência da Linx no mercado.

A Linx encerrou o primeiro trimestre de 2015 com receita operacional bruta (ROB) de R\$ 117,2 milhões, um aumento de 27% em relação ao mesmo período do ano passado. Qual a estratégia para manter o bom desempenho em um cenário econômico preocupante?

Atribuímos este resultado positivo à continuidade

da estratégia que combina vendas para novos clientes com aumento de faturamento nos atuais clientes, com o que chamamos de "ofertas cross", além, é claro, da consolidação dos resultados de aquisições de empresas já concretizadas e futuras.

Apesar da retração econômica nos últimos meses, o que inclui o próprio varejo, a Linx segue conquistando novos clientes, aumentando o ticket médio e utilizando aquisições para alocar investimentos em verticais, geografias e tecnologias que ajudem a manter o bom desempenho da receita. Assim, estamos descolados do crescimento do varejo, apesar de que sempre seria melhor que o varejo como um todo estivesse crescendo, pois poderíamos entregar ainda mais.

Neste primeiro trimestre, a Linx assinou contratos com alguns dos maiores varejistas do país, com projetos de grande porte e que deverão gerar receitas recorrentes importantes no futuro. Vale ressaltar também que nossos esforços comerciais têm como foco principal o crescimento das receitas recorrentes, que geram previsibilidade e rentabilidade para a Companhia.

Como manter-se na liderança durante tantas décadas?

Trabalho duro e senso de oportunidade.

Qual a importância em estimular o lado humano dos negócios em uma empresa que lida especialmente com tecnologia? Como manter seus colaboradores motivados?

As pessoas são os maiores ativos da nossa empresa e para cuidar desse ativo existem três aspectos do capital humano que devem ser desenvolvidos. Primeiro é o capital intelectual, que pode ser desenvolvido pelo aprendizado. O segundo é o capital social e para desenvolvê-lo, as pessoas devem estabelecer boas e fortes redes de relacionamento. O terceiro é o capital emocional, que nada mais é do que a compreensão de si próprio. O desenvolvimento do capital emocional vem com a auto-análise aliada ao feedback de outras pessoas.

Também é fundamental motivar nossos líderes, que devem estimular suas equipes a dividir conhecimento, e para que isso aconteça, os indivíduos precisam confiar na empresa e estar preparados para compartilhar informações. Outro aspecto importante é que as pessoas precisam sentir que serão recompensadas por suas ideias. Isso não pressupõe necessariamente dinheiro, mas alternativas como opções de ações, inovações, oportunidades de desenvolvimento ou promoções.

Como a aviação executiva contribui no seu dia a dia?

Como utilizo a aviação executiva somente para o lazer, o principal benefício é me trazer mais tempo disponível para família e amigos. Gosto muito do que eu faço e se não fosse a aviação executiva a pressão do trabalho seria muito mais estressante. Poder sair no horário desejado e rapidamente estar com a família e amigos no seu local de lazer tem um gosto muito especial para quem trabalha duro há tantos anos como eu.



PHENOM 100

DO PAPEL À PERFEIÇÃO



PARA QUE UM GRANDE PROJETO ULTRAPASSE A BARREIRA DOS SONHOS E TORNE-SE UMA REALIDADE, É NECESSÁRIO OUSADIA, ESTUDO, ESFORÇO, MUITOS TESTES E DEDICAÇÃO. ASSIM ACONTECEU COM A AERONAVE BATIZADA COMO PHENOM 100, DA FABRICANTE EMBRAER. O QUE PARECIA MAIS UMA NOVIDADE ENTRE OS JATOS ENTRY-LEVEL, REVELOU-SE O MELHOR DE SUA CATEGORIA. ASSIM PREMIADO EM 2012 E EM 2014 PELA REVISTA NORTE-AMERICANA ROBB REPORT, MAIOR PUBLICAÇÃO SOBRE O MERCADO PREMIUM DO MUNDO.

No mês seguinte ao anúncio de seu lançamento, realizado em maio 2005, a Embraer iniciou as vendas do novo jato executivo acompanhado por um pacote de soluções integradas, composto por treinamentos e suporte total ao operador ou proprietário do avião.

A expectativa pelo modelo aumentava a medida que o projeto evoluía. Neste sentido, a fim de atender aqueles que esperavam ávidos pela novidade, em fevereiro de 2006, a Embraer começou um tour global do protótipo do Phenom 100, visitando países como Estados Unidos, México, Canadá, Alemanha, Suíça, França, China, Brasil, entre outros.

Durante 14 meses – de Abril de 2006 a Junho de 2007 – a aeronave passou por testes em túnel de vento, testes de asa e fuselagem, testes no motor Pratt & Whitney PW617F-E, entre muitos outros que fizeram do modelo um exemplo de inovação e desempenho. Seu interior, desenhado com a colaboração da BMW Designworks USA, trouxe soluções de estilo e ergonomia incomparáveis, que oferecem aos pilotos e passageiros conforto sem igual. Com alta velocidade e excelente performance em pistas curtas, foi construído para suportar utilização anual média de até 1.500 horas, cinco vezes mais do que a média

no setor, o que representa menos necessidade de manutenção e mais disponibilidade.

A apresentação e o rollout do Phenom 100 foi realizado em 16 junho de 2007 e o voo inaugural em 26 de julho de 2007. Após a certificação do CTA e do FAA, os primeiros clientes norte-americanos James e Elizabeth Frost, receberam a aeronave. Desde então, o jato passou por diversas atualizações. Os novos recursos incluem spoilers de multifunção, 11 novas coleções de interior, armário para armazenamento de bebidas, espaço para arrumação e assentos premium.

Com mais de 300 unidades vendidas o Phenom 100 é sem dúvida um divisor de águas na história da aviação executiva.

“Exatamente por sua excelente performance, alta despachabilidade e facilidade de suporte do fabricante foi que a Avantto escolheu o Phenom 100 como modelo de entrada de sua frota de jatos compartilhados. Dividimos a aeronave em até 6 frações, cada uma dando ao cotista direto de voar 120h no ano. Atualmente operamos 9 aeronaves desse modelo garantindo aos clientes 100% de disponibilidade nas solicitações de voo.” Ressalta Rogério Andrade, presidente da Avantto.



Confira a entrevista com Edison Costa, comandante de Phenom 100 na Avantto há 4 anos. Edison começou sua carreira em 1978, atuou na Varig por 15 anos e soma mais de 30.000 horas de voo entre aviação executiva e comercial.

Qual a diferença do desempenho do Phenom 100 para outras aeronaves comparáveis a ela?

O desempenho desta aeronave é muito bom em relação às outras aeronaves do mesmo porte. É mais ágil e com comandos mais suaves. Difere principalmente na altitude que voa e no consumo menor de combustível.

O que você destaca de mais positivo nas características dessa aeronave?

A ergonomia tanto na cabine de passageiros como na cabine dos pilotos é espetacular ajudando no conforto de ambos com um conceito moderno e de alta tecnologia.

Qual velocidade de cruzeiro do Phenom 100? E seu alcance máximo?

O Phenom 100 voa em nível de cruzeiro a 720 km por hora e alcança 1.178 milhas náuticas, ou seja 2.180 km de distância.

Além dos pontos citados no texto, existe outras características que você considera importante destacar sobre esta aeronave?

Acredito que devido a uma excelente performance esta aeronave se destaca muito também pelo seu custo-benefício que a distingue de seus principais concorrentes.





Imagem ilustrativa sobre foto do local



Foto Aérea do Kiaroa Eco-Luxury Resort



Restaurantes e bares



Pool

UM PROJETO
EXCLUSIVO E
PRIVILEGIADO.

Apenas 30 lotes
entre 1.300 e 2.500m²,
com pista de pouso
particular.



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

É um luxo estar com a sua família em um lugar onde o tempo passa sem pressa, desfrutando de toda estrutura de lazer e segurança* do Kiaroa Eco-Luxury Resort, com um atendimento impecável e serviços exclusivos.

Um estilo de vida incomparável localizado na Península de Maraú, ao sul da Bahia, internacionalmente conhecido como um dos destinos mais encantadores do Brasil.

INFORMAÇÕES:

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

SAIBA
MAIS





NUNCA DEIXE DE APROVEITAR UMA BOA CRISE

Por Nicola Calicchio

Não é segredo que o Brasil atravessa atualmente um período de crise. Em momentos como esse, vem à mente o ditado americano: “what doesn’t kill you makes you stronger” ou, em bom português: “o que não te mata, te faz mais forte”. Por piores que sejam, crises também são momentos de oportunidade. Para capturar essas possibilidades, entretanto, é necessário enfrentá-la e adotar medidas adequadas.

Muitas empresas não percebem quão grave é uma crise e outras não agem da forma necessária até que seja tarde demais. Os sinais da crise, porém, estão aí – e são vários. A perspectiva da indústria, com base na retração das margens e dos fundamentos do negócio, é sinal da crise em sua rentabilidade. Quedas nos preços das ações e redução nas notas de crédito indicam crise de liquidez. Mesmo aumentos na rotatividade de funcionários podem sinalizar que as coisas não vão bem.

Ao se deparar com os sinais de crise, o importante é transformá-la em oportunidade, o que exige uma abordagem radical para recolocar a organização nos trilhos. Ainda que cada empresa tenha sua realidade particular, há alguns temas em comum quando se fala em aproveitar as oportunidades de uma crise.

1- CRITIQUE SEU PRÓPRIO PLANO

A melhor coisa para evitar o fracasso é revisar seu plano de negócios periodicamente. No momento de elaborar o plano, é fundamental definir claramente marcos estratégicos ao longo do tempo. Por exemplo, estipular que, caso o desempenho não tenha chegado ao patamar esperado até uma data específica, será necessário repensar o plano e, eventualmente, corrigi-lo.

Esses marcos devem ser operacionais, de mercado e até mesmo financeiros, seguindo métricas básicas como fluxo de caixa.

2- FOCO TOTAL NO CAIXA

É imperativo manter foco total naquele que é o principal fator de sucesso de uma recuperação: o caixa. Como sempre foi, a questão mais básica para qualquer negócio é se ele está gerando ou queimando dinheiro. Avançando ainda mais um passo, a organização precisa saber quais investimentos geram caixa e quais não geram.

Nos conselhos e diretorias com as quais já trabalhei, muitas vezes a discussão se desenrolava em torno de métricas complexas, ligadas ao retorno sobre o investimento, mas que não olhavam para o impacto no caixa da empresa. Se concentrar no caixa não significa olhar apenas o saldo bancário. Para evitar surpresas, as previsões da companhia precisam contemplar médio e longo prazos além daquilo que é imediato durante uma crise.

3- CRIE UMA NARRATIVA DE MUDANÇA QUE SEJA CONVINCENTE

Há empresas que, durante a crise, negligenciam a criação de uma narrativa de mudança que seja entendida por todos e que estimule um senso de urgência na organização. Uma narrativa curta, que resuma a situação e tenha real significado para um empregado de linha de frente, é a chave para conseguir que ele – e toda a empresa – compre a ideia por trás de uma recuperação.

Métricas elaboradas e complexas funcionam na sala de reuniões do conselho. Para energizar a organização, uma mensagem simples e direta ao ponto é muito mais eficiente.

4- TRATE A CRISE COMO CRISE

Em períodos de tranquilidade, as respostas das companhias a mudanças têm em seu DNA a busca pela estabilidade e pelo desejo de evitar riscos. Assim, impera a postura de avanço por incremento. A ordem do dia é fazer um pouco mais com um pouco menos. Ideias e propostas mais radicais ficam indefinidamente em análise e, como resultado, a velocidade da organização permanece baixa.

Numa crise, porém, as ações precisam ser rápidas. Crise, urgência, recuperação e retomada são palavras-chave que devem estar no léxico da organização desde o início. Empresas em crise estão – e têm de estar – dispostas a tentar saídas inovadoras, que normalmente não levariam em consideração. Essas ações agressivas são exatamente aquelas que podem mudar a trajetória da companhia. Crises aceleram decisões e estimulam gestores a considerar todo o espectro de opções, não apenas o que é seguro, conservador e convencional.

5- GANHOS RÁPIDOS DÃO FÔLEGO À MUDANÇA

A maioria dos gestores, quando precisam lidar com uma crise, tende a colocar suas fichas em duas ou três apostas que possam mudar a trajetória da companhia. Além dessas grandes jogadas, porém, é importante buscar algumas vitórias rápidas que sejam visíveis para toda a organização.

São o que muitos chamam de “ações simbólicas”, como restringir a política de viagens ou eliminar algum benefício da diretoria – como voos privados ou refeitórios de luxo exclusivo para diretores.

Não apenas essas ações melhoram o resultado como, o que é mais importante, catalisam o apoio às mudanças entre os funcionários. Via de regra, um terço dos colaboradores de uma empresa sempre apoiará planos de retomada e trabalha duro para viabilizá-los. Outro terço resiste a toda e qualquer mudança.

Os 33% restantes, porém, normalmente são ignorados pela gestão. São aqueles que estão em cima do muro, esperando para ver o que acontecerá antes de decidir o que fazer. Essas são as pessoas que são movidas por ações, não por discursos. Ao dar motivos para que esse grupo acredite nas mudanças, a organização conseguirá trazê-los para seu lado e isso fará toda a diferença.

6- MUDE A FORMA DE GERIR

Os incentivos tradicionais, durante crises, são muito pouco úteis, uma vez que normalmente se fundamentam em métricas complexas. Nessa situação, o que realmente trará resultado é uma abordagem como a empregada por fundos de *private equity*, que estipula metas agressivas para cada um no grupo de gestão, atrelando totalmente o bônus desses executivos à entrega desses objetivos.

A oxigenação do grupo de gestão também é necessária na maioria das vezes, com a troca de um ou dois integrantes da diretoria. Alguns profissionais são incapazes de mudar sua forma de pensar e agir e de abandonar filosofias de gestão nas quais acreditam tanto e que, no passado, funcionaram tão bem. Essas pessoas, muitas vezes inconscientemente, bloqueiam mudanças necessárias simplesmente por pensarem de forma diferente do novo padrão a ser adotado.

Todos os líderes de organizações vão ter, inevitavelmente, de enfrentar crises em algum momento. Por vezes, a crise será como uma bofetada que o deixa no chão. Normalmente, isso faz o líder congelar. Mas esse é o momento-chave, quando o líder tem a oportunidade de realmente testar sua capacidade de liderança. Apenas alguns conseguirão quebrar o gelo e dar a volta por cima.

A real medida de grandeza dos líderes, na verdade, não tem nenhuma ligação com o fato de terem levado essa bofetada, mas com sua capacidade de se levantar, voltar para o jogo e tomar as medidas necessárias.

Por isso é que nunca se deve desperdiçar uma crise.

TIRO ESPORTIVO

DISCIPLINA, AUTOCONTROLE E CONCENTRAÇÃO
SÃO DETERMINANTES PARA BOM DESEMPENHO



Lançado como esporte no século XVI, o tiro teve suas primeiras competições na Europa, sendo disseminado fortemente entre os países de língua inglesa. Foi por meio da imigração Alemã que a atividade chegou ao Brasil no século XIX. O tiro entrou no programa olímpico em 1896, em Atenas e, em 1907, a Federação Internacional de Tiro Esportivo (ISSF, em Inglês) passou a regulamentá-lo mundo afora.

O Brasil está em pleno desenvolvimento do tiro esportivo e, em breve, pode figurar em algumas provas, entre os vinte melhores colocados no ranking mundial avalia a Confederação Brasileira de Tiro Esportivo – CBTE, que nos auxiliou a esclarecer algumas questões relacionadas ao esporte.

Em qual das provas o Brasil tem melhor desempenho?

O melhor desempenho está na Carabina Deitado Masculino, Pistola Tiro Rápido Masculino, Pistola 50m Masculino, Pistola de Ar Masculino, Fossa Olímpica Masculina e Fossa Double.

Quem são os principais nomes no Brasil?

Cassio Rippel, Emerson Duarte, Julio Almeida, Bruno Heck e Felipe Wu, pela carabina e pistola, já no tiro ao prato destacam-se Rodrigo Bastos, Jaison Santin e Renato Portella.

Como funcionam as competições e a qualificação para as vagas Olímpicas?

A ISSF é o órgão gestor mundial do tiro esportivo. É ela quem determina o número de atletas que vai participar das Olimpíadas. Depois disso, determina em quais competições internacionais esse número será completado, fazendo uma distribuição em competições continentais (America, África/Ásia, Europa e Oceania) e nas 4 Copas do Mundo, no ano anterior aos Jogos.

Como são feitos os treinamentos? Existe algum tipo de preparação física?

A preparação física é importante para o atleta se manter bem, mas nada que seja de forma excepcional. Vemos hoje campeões olímpicos e mundiais com um físico bem diferente do que em outros esportes. Como o tiro é um esporte de cabeça (mental) o treinamento se resume em dar muitos tiros (até que se torne automático) e também toda a preparação mental, que mexe com a cabeça do atleta, como participar de várias competições nacionais e internacionais, por exemplo, para que ele veja cada evento como algo comum.

Quais as principais características de um bom atirador?

Os princípios básicos do tiro são: disciplina, autocontrole e concentração. O indivíduo que tem naturalmente essas capacidades e se sinta atraído por elas, pode se dar bem no tiro esportivo.

Quais os primeiros passos para quem deseja ingressar no esporte?

Encontrar um clube onde o tiro esportivo olímpico é praticado. As provas de ar comprimido são as melhores para essa iniciação, pois não necessita de toda a burocracia para aquisição, transporte e guias que as armas de fogo necessitam.

CONHEÇA AS CATEGORIAS DE TIRO ESPORTIVO E AS PROVAS CORRESPONDENTES



PISTOLA – pistola livre (homens), pistola sport (só para mulheres), pistola de ar (homens e mulheres) e tiro rápido (só para homens).



CARABINA – carabina três posições (armas diferentes para homens e mulheres), carabina deitado (somente para homens) e carabina de ar (homens e mulheres).



TIRO AO PRATO – skeet (homens e mulheres), fossa olímpica (homens e mulheres) e fossa dublê (homens). (A diferença entre homens e mulheres está no número de pratos)

ALVO: JOGOS OLÍMPICOS RIO 2016

CONHEÇA A HISTÓRIA DO PILOTO E ATIRADOR QUE, PROVAVELMENTE, SERÁ UM DOS REPRESENTANTES BRASILEIROS NO TIRO ESPORTIVO NA PRÓXIMA OLIMPÍADA

Julio Almeida entrou para a FAB por meio da EPCAR (Escola Preparatória de Cadetes do Ar), em 1984, incentivado pelo pai que tinha o sonho de ser aviador, mas não pôde por possuir problemas de visão. Em 1987, ingressou na AFA (Academia da Força Aérea) e, no mesmo ano, classificou-se para integrar a equipe de tiro de armas curtas da Academia, na qual aprendeu o tiro de competição e também se tornou aviador. O Coronel Aviador acumulou diversos títulos em sua trajetória. Atualmente, dedica-se em tempo integral ao Tiro Esportivo, sendo o melhor colocado brasileiro no ranking mundial, nas provas de Pistola Livre (33º lugar) e de Pistola de Ar (43º lugar), mirando os Jogos Olímpicos Rio 2016.

Emerson Duarte, José Carlos Ingo Batista e Julio Almeida.



Quais os seus títulos mais importantes?

Em 2010, em Munique, fui campeão mundial por equipe, 2º colocado individual na prova de Fogo Central e 3º colocado individual na prova de Pistola Standard. O Campeonato Mundial de Tiro ocorre a cada 4 anos e só perde em importância para as Olimpíadas. Tenho 9 medalhas em Campeonatos Mundiais Militares, sendo uma de prata e uma de bronze individuais, e as demais por equipe; 5 medalhas em Jogos Panamericanos, 3 de prata e 2 de bronze, entre muitas outras em Campeonato das Américas, Jogos Sulamericanos, Campeonatos Sulamericanos etc..

Em quais provas você compete?

Eu faço todas as provas de pistola regidas pela ISSF (International Shooting Sport Federation), que são: Pistola de Ar, Pistola Livre, Tiro Rápido, Fogo Central e Pistola Standard. Mas este ano estou focado mais nas provas de Pistola de Ar e Pistola Livre, que são Olímpicas.

Quando começou a pensar no tiro como esporte e não como rotina de treinamento na FAB?

Sempre pratiquei o tiro esportivo como hobby e o treinava por prazer, próximo às competições que iria participar. Mas, a partir de 2004, comecei a treinar com mais regularidade, pensando em me classificar para os Jogos Panamericanos Rio 2007.

Você acredita que a rotina de treinamento explica o fato de tantos militares se destacarem no esporte?

Não, nos Jogos Panamericanos de 1995 éramos apenas 3 militares na delegação brasileira de tiro esportivo. Acredito que a Lei do Desarmamento imposta ao povo brasileiro em 2005 é uma das razões pela menor participação de civis no esporte, pois as dificuldades encontradas por quem quer praticá-lo estão inviabilizando a renovação de atletas, que praticamente não está acontecendo. Aliado a isso, a realização dos Jogos Mundiais Militares também deram um suporte aos atletas militares, que passaram a dispor de mais tempo para treinar.

Para você qual a principal característica de um bom atirador? Por quê?

Primeiro tem que gostar de treinar, porque é um esporte repetitivo. O bom atirador também tem que ter um bom controle da ansiedade. Como é um esporte de movimentos refinados, o nervosismo tem uma influência direta no resultado, mais do que a maioria dos outros esportes.

Tem algum preparo físico e mental especial?

O preparo físico é o necessário para ter uma

boa saúde e para ter condições de suportar a rotina de treinamentos sem se lesionar. Mas nada comparável à maioria dos esportes olímpicos, o que é bom, pois a rotina da maioria dos esportes de alto rendimento não é saudável, enquanto a do tiro esportivo é. Trabalhos mentais que desenvolvam o controle de ansiedade e a concentração também são importantes.

O que sente enquanto está voando?

A aviação é uma atividade muito cativante, mas os sentimentos variam de acordo com a missão que se está cumprindo. Por exemplo, eu fui piloto de transporte na Amazônia e ali eu me sentia muito útil. Era uma satisfação muito grande ver o quanto você era necessário no apoio às inúmeras aldeias, aos pelotões de fronteiras, etc. Em operações militares, muitas vezes há muita adrenalina e tensão, especialmente em voos em formação e a baixa altura. Então depende da situação. Mas hoje não estou pilotando mais. Em 2010, eu decidi focar mais no esporte e hoje estou completamente voltado para o Tiro Esportivo.

E quando está atirando?

Também depende. Em geral sinto muita paz, mas às vezes há um pouco de sofrimento e confusão mental também, quando você busca um resultado que não vem. Mas esta disputa interna é que faz o meu esporte tão desafiador.

Existe alguma semelhança entre as duas atividades?

A concentração e o controle de ansiedade são características comuns e necessárias aos praticantes das duas atividades.

Quais as perspectivas para os próximos Jogos Olímpicos?

Primeiro eu tenho que me classificar, o que espero que ocorra. Tenho duas possibilidades para isso: conquistar o quota place (vaga) internacional ou o destinado ao país sede. Para o internacional, há ainda três competições onde ele será oferecido, todas este ano. Duas Copas do Mundo: semana que vem em Munique*, e agosto em Gabala (Azerbaijão); e os Jogos Panamericanos de Toronto, em julho. Para vaga nacional há um sistema de pontuação criado pela CBTE (Confederação Brasileira de Tiro Esportivo), que leva em conta o resultado de diversas competições, finalizando na última Copa do Mundo do ano que vem, dois meses antes dos Jogos. Conseguindo me classificar, meu objetivo será conquistar uma pontuação que me permita chegar à final, prova para a qual se classificam somente os 8 primeiros. Aí, vão ganhar as medalhas aqueles que controlarem melhor a emoção.



PISSANI
— MASSAS GOURMET —

A massa de escolha dos grandes chefs





EMPRESAS BUSCAM UM NOVO PERFIL PROFISSIONAL DE RH

Por Maitée Camargo

Nos últimos três anos, acompanhei uma intensa mudança nas primeiras posições de Recursos Humanos em empresas no Brasil, tanto como especialista e observadora dessa função, quanto ativamente trabalhando em buscas para meus clientes. Essa mudança compreendeu não apenas “trocas de cadeira” como nos anos anteriores, mas principalmente, pude acompanhar uma mudança quanto ao perfil escolhido para sucedê-las.

Esta percepção foi tão aparente, que fizemos um estudo para comprová-la. A base do estudo envolveu as 100 maiores empresas privadas presentes no ranking de Maiores & Melhores da revista **Exame** que tinham em seu organograma a função de Diretor de Recursos Humanos.

Este estudo confirmou não só a intensa movimentação no topo, já que 58% das 100 maiores empresas privadas substituíram seus executivos de RH nos últimos três anos, como uma mudança importante de perfil, tanto na formação acadêmica quanto na experiência profissional. A grande maioria delas, 88%, está localizada no eixo Rio-São Paulo, e 45% tem capital brasileiro.

A primeira mudança foi em relação à formação acadêmica. Enquanto profissionais com *background* de psicologia e humanas em geral (excluindo Administração de Empresas), sempre tiveram preponderância nas posições de liderança de Recursos Humanos, nestas mudanças recentes, 56% dos novos líderes de Recursos Humanos têm formação em Administração ou Engenharia.

A segunda e importante mudança foi em termos de carreira e experiência prévia. 31% das mudanças ocorreram com profissionais provenientes de uma carreira construída fora de Recursos Humanos, sinalizando, nestes casos, uma preferência por executivos com experiência prévia em negócios, no lugar daqueles com carreiras puramente funcionais na área de RH.

Bem, essas mudanças nos levam às seguintes perguntas: qual a razão desta modificação de perfil buscado? E será que este é um caminho a ser adotado por muitas empresas?

Entrevistando em profundidade muitos CEOs ou membros do Conselho que preferiram um perfil de negócio para liderança de RH, três vantagens potenciais foram elencadas: a expectativa deste profissional ter maior capacidade de atuar como um conselheiro estratégico para o CEO, a maior capacidade de contribuir significativamente para a discussão de temas críticos nos níveis mais elevados da organização e um maior entendimento do contexto externo no qual as empresas atuam. Enquanto vislumbram um potencial retorno elevado, nossos entrevistados concordam que colocar na liderança da função um RH não funcional envolve um alto risco, principalmente pelo menor domínio e experiência dos elementos básicos e práticas cruciais de Recursos Humanos.

E para a segunda pergunta, se este é o caminho certo para várias empresas, não vejo uma resposta única. O principal, na minha opinião, é avaliar os *trade-offs* à luz dos desafios

específicos de cada empresa. Por exemplo, uma vivência não funcional poderá ser desejável para empresas de setores em que as pessoas são o “produto”. Em serviços profissionais como consultoria, por exemplo, alguém com experiência no negócio poderia ser um fator altamente diferenciador pelo conhecimento íntimo das questões setoriais, pela capacidade de entender e recrutar com sucesso “estrelas” da consultoria, e pela criação de uma marca empregadora distintiva.

A situação do negócio também entra nessa equação. Em um *turnaround*, poderá ser desejável ter um especialista funcional experiente que possa agir discretamente enquanto a empresa busca retomar rapidamente o pé na situação.

Por outro lado, para crescer em novos mercados e novas atividades, os líderes de RH não funcionais poderão ser mais capazes de coordenar a estratégia do talento mais rapidamente com aquelas metas de negócio, dado que eles próprios já desenvolveram novos negócios em novos mercados e possuem um conhecimento íntimo de quais talentos são necessários e como fazer para atraí-los e desenvolvê-los.

Concluo, após muitas entrevistas e avaliação do posterior sucesso na posição, que existe um grande valor oferecido por ambos os perfis de RH e também vejo as potenciais deficiências de cada um.

Desta forma, empresas que querem ser líderes na área, com visão de longo prazo, investirão no desenvolvimento de líderes de RH que aliem competências funcionais e empresariais. Além de oferecer treinamento em disciplinas empresariais para profissionais de RH com alto potencial desde o início de suas carreiras, essas empresas poderão fazer um rodízio sistemático desses líderes promissores nos diferentes cargos de linha. Essas experiências vão ajudá-los a construir o conhecimento das outras funções, treiná-los a pensar como executivos, e capacitá-los a aportar essas aptidões junto com eles quando voltarem para o RH. E se eles não voltarem, ainda assim a empresa terá o benefício de agregar alguém que entende efetivamente questões centrais referentes a talento. Qualquer dos resultados pode fazer uma grande diferença para uma organização.



EBACE, MAIOR FEIRA DE AVIAÇÃO DA EUROPA, CELEBRA 15 ANOS DE EXCELÊNCIA

Encerrou no dia 21 de maio a European Business Aviation & Exhibition (EBACE), organizada em parceria com a Associação Empresarial Nacional de Aviação (NBAA) e a Associação Europeia de Aviação Executiva (EBA). O evento, que começou dia 19 de maio, reuniu os grandes players do setor contabilizando aproximadamente 12.000 profissionais da aviação, 460 empresas de mais de 100 países e 58 aeronaves em exposição. Foi assim, traduzido em números, novidades, expertise e volume de negócios expressivos que a EBACE comemorou seus 15 anos, apontando um crescimento fenomenal da mostra desde a primeira edição, realizada em 2001.

Fabio Gamba, CEO da EBA, em recente entrevista, observou que: "Neste 15º ano da EBACE ficou claro que o evento tem sido, e continuará a ser, uma feira de negócios com novos produtos e tecnologias de ponta, além de local de excelência para obter as informações mais recentes sobre as tendências que moldam um setor dinâmico".

Além das centenas de expositores e rodadas de negócios, a feira continuou mantendo seu foco na cultura aeronáutica e promoveu debates envolvendo as mudanças operacionais na Europa, os sistemas de gestão de segurança, as questões aeroportuárias e muito mais. "A EBACE tradicionalmente é um evento de se olhar para frente, é por isso que ela sempre será um show imperdível no calendário da indústria," complementou o Presidente e CEO da NBAA, Ed Bolen.

Com a maior coleção de aeronaves expostas em uma feira de negócios na Europa, a EBACE apresentou os principais modelos de cada fabricante. Uma das novidades foi o HondaJet, que viajou do Japão para Europa para participar pela primeira vez de uma exposição estática, antes de realizar voos de demonstração em outros países e cidades do velho continente. O HondaJet é o avião a jato mais light e avançado do mundo. Destacando-se pelo desempenho, conforto, qualidade e eficiência, que incorpora muitas inovações tecnológicas incluindo o The Wing-Over-Motor Mount (OTWEM) - configuração única que melhora drasticamente o desempenho e eficiência de combustível, reduzindo o arrasto aerodinâmico.

Outro ponto alto do encontro foram as palestras que abordaram: o controle do espaço aéreo e acesso a aeroportos, quadro

regulamentar para as aeronaves complexas não comerciais, além das perspectivas regionais e gestão da percepção da aviação de negócios. Sempre apresentadas por líderes de associações que melhor conhecem o mercado com o objetivo de reforçar a importância da indústria para os líderes governamentais e agências regulatórias.

No show da solenidade de abertura, François Longchamp, conselheiro de estado do Cantão de Genebra, reiterou seu apoio à aviação executiva e pontuou como algo essencial para o comércio regional de negócios.

Durante as palestras Patrick Ky, diretor executivo da Agência Europeia para a Segurança da Aviação (Sigla: AESA), delineou seus planos para assegurar que a futura elaboração de políticas feitas pela agência irão refletir a diversidade de empresas da aviação executiva.

Para comemorar o sucesso, os organizadores deixaram seu recado: "Agradecemos aos líderes governamentais que se juntaram a nós na EBACE este ano, e também aos expositores, participantes e outros que fizeram da EBACE 2015 tal sucesso", agradeceu Gamba, CEO da EBA. Bolen, presidente e CEO da NBAA corroborou: "Nós estamos ansiosos para comemorar os 15 anos seguintes".



HondaJet



Área estática

A ACASS, nosso parceiro de compra e vendas de aeronaves esteve presente com um estande na EBACE e nos contou a importância de participar deste evento.

“Como sempre, a EBACE foi uma excelente oportunidade para ACASS para conhecer e cumprimentar muitos amigos, clientes, parceiros e prospects. Fizemos várias reuniões em nosso estande, no qual foram assinados uma série de acordos importantes.”

Andre Khury, Presidente da ACASS

“A EBACE é sempre uma oportunidade única para ACASS se conectar com as pessoas com quem faz negócios pelo mundo. O encontro ajuda a fortalecer nossos relacionamentos e também cria oportunidade para melhor atendê-los. O nosso estande foi muito visitado e agitado, foi cansativo mas muito gratificante.”

Zipporah Marmor, ACASS Vice-President de Vendas

“A EBACE deste ano sincronizou perfeitamente com ACASS, sendo concedido o primeiro certificado de operador aéreo comercial na República de San Marino. Foi ótimo ver o interesse gerado e o tráfego compartilhado entre ambos e a Secretaria Aeronáutica de San Marino.”

David Dorrance, Vice-Presidente Executivo da ACASS

A EBACE do próximo ano voltará a Palexpo, em Genebra, entre 24 e 26 de Maio.

VOCÊ REALMENTE PODE REALIZAR TUDO

*Todos os seus desejos...
Todas as suas vontades...
Todos os seus sonhos...*

Regent
SEVEN SEAS CRUISES®

tudo incluído

- PASSEIOS ILIMITADOS EM TODOS OS PORTOS
- PACOTE DE HOTEL DE LUXO*
- RESTAURANTES DE ESPECIALIDADE
- BEBIDAS ILIMITADAS, VINHOS E DESTILADOS PREMIUM
- TAXAS DE SERVIÇO
- WI-FI EM TODO O NAVIO*
- TRANSFERS ENTRE AEROPORTO E NAVIO

ATENAS A BARCELONA

Seven Seas Mariner
05 de Outubro 2015 | 9 noites

Tarifas a partir de:
Entrada de R\$ 4219,00 + 3 X R\$ 2722,00

Visitando: Atenas (Piraeus), Éfeso (Kusadası), Taormina (Sicilia), Sorrento/Capri, Roma (Civitavecchia), Florença/Pisa (Livorno), Monte Carlo, Toulon E Barcelona

CONSULTE SEU AGENTE DE VIAGENS
OU ACESSE WWW.RSSC.COM

SP (11) 3253 7203 | RJ (21) 3553 7646

Tarifas em dólares americanos \$ 3799, por pessoa em ocupação dupla. Estão sujeitas a variação sem aviso prévio e já incluem qualquer desconto ou promoção aplicável. Referem-se ao cruzeiro com taxas portuárias, taxas de serviço, excursões terrestres, todas as refeições e bebidas a bordo. Câmbio utilizado (US\$ 1 - R\$ 3,26 em 26/05/15). * Internet e acomodação em hotel, são inclusos em categorias Concierge Suite e superiores. Limitações de minutos para internet gratuita são aplicadas. A noite de hotel inclusa é aplicável para os hóspedes 1 e 2 de cada acomodação, e será somente válida para reservas feitas com até 60 dias de antecedência ao embarque. Por favor acesse www.RSSC.com para ter acesso aos termos e condições completos.



Navios de porte médio all-suites com varandas particulares.
Mais de 250 destinos em todo o mundo.

Seven Seas Voyager® | Seven Seas Mariner® | Seven Seas Navigator® | Seven Seas Explorer®



Esta Viagem faz parte do programa de parceria cultural entre a Regent Seven Seas Cruises e o Instituto Smithsonian, onde renomados historiadores oferecerão palestras a bordo para enriquecer ainda mais sua experiência em terra.



VIAGENS E EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS

Por Tomas Perez



Não dá para organizar uma viagem sem pensar obrigatoriamente em comer bem. A gastronomia de um país, assim como qualquer viagem, é uma experiência que se completa em atividades como um curso de gastronomia ou vinhos, em uma degustação ou mesmo em uma refeição em restaurantes estrelados.

Penso que para entender bem um destino a partir de sua gastronomia é preciso ser um pouco foodie – um termo que costumamos usar para falar de alguém que preza pelo ato de comer e que está sempre ligado às novidades da boa mesa. Ter disposição para experimentar o que há de mais local é outro ponto chave. Chegar a um destino exótico e não provar sua culinária tradicional pode ser um desperdício – para não dizer um autêntico pecado. Imagine passar pela África do Sul e deixar de saborear o malva pudding ou abdicar do prazer que é sentar à mesa no México e provar um menu degustação, que inclua todas as tentações de uma culinária que é das mais ricas do planeta. Você certamente vai notar que algo ficou faltando.



Tenho amigos que definem uma viagem a partir das novidades gastronômicas de uma cidade. E essa é uma tendência bastante atual. Um bom roteiro gastronômico deve misturar sugestões convencionais a lugares interessantes, que estão esperando para serem descobertos ou mesmo que estejam na moda. Estar antenado com as novidades ou com as listas como as da revista britânica **The Restaurant** ou mesmo do tradicional **Guia Michelin** pode ajudar na escolha daquele lugar bacana e certamente evita qualquer dissabor.

Não podemos esquecer que comer e beber bem são sinônimos de prazer e *savoir faire*. Sem contar que a gastronomia também é cultura, principalmente se levarmos em consideração que muitos dos grandes chefs do mundo conseguem transformar suas criações em verdadeiras obras de arte.

Enfim, a comida é capaz de surpreender, de ficar gravada na memória, de aquecer o coração e de fazer a gente sorrir. Assim como uma boa viagem.



O DESERTO VIBRANTE DO ALTO DAS AMÉRICAS

CONTRASTES E SURPRESAS COMPÕEM O CENÁRIO MUTANTE E EXTRAORDINÁRIO DO ATACAMA



Quem decide conhecer o Atacama certamente está em busca de uma experiência única. O deserto é o mais árido e alto do mundo. A altitude, inclusive, varia de praticamente ao nível do mar a quase sete mil metros de altitude. Salinas, gêiseres, lagoas, vales, cânions e muita areia fazem parte de um cenário mutante, numa variação incrível de cores, oferecendo paisagens fascinantes que atraem viajantes do mundo inteiro.

O céu mais limpo do planeta encontra-se nessa região perfeita para observações astronômicas. O sol radiante está presente em 90% dos dias do ano, fazendo a temperatura variar entre 8 °C a 23 °C no inverno e 12 °C e 25 °C no verão. Os altos níveis de radiação UV tornam indispensáveis chapéu e protetor solar.

Toda essa diversidade é um prato cheio para quem está em busca de histórias, desafios e conexão com a natureza. Não é à toa que o destino é muito procurado por fotógrafos, mochileiros, astrônomos, pesquisadores, cientistas e também para a prática de trekking, montanhismo, montaria e mountain bike.

Para atender a este público, a **Explora** opera hotéis e travessias em seis destinos remotos e instigantes da América do Sul, sendo o Deserto do Atacama um deles. A proposta da agência de viagens é diferenciada, oferecendo 40 tipos de explorações guiadas no entorno, contemplando



Bicideta

caminhadas, passeios de bicicleta e cavalgadas em diferentes níveis de dificuldade, ascensos de alta montanha e observação astronômica, proporcionando o luxo necessário e um desenvolvimento sustentável.

A base de explorações é o Hotel de Larache, situado no Ayllu de Larache, a poucos minutos do povoado de São Pedro de Atacama. O hotel possui jacuzzi em todos os apartamentos, piscinas, jacuzzis ao ar livre, massagem típica atacamenha, entre outros atrativos.

A programação é oferecida a partir de uma estadia de três noites, durante todo o ano. As explorações são diárias em grupos de até oito pessoas com guia e equipamentos. Algumas programações só podem ser executadas a partir do terceiro ou quarto dia para que haja

uma adaptação gradual à altura.

Aventure-se

San Pedro de Atacama está a 2.500 metros acima do nível do mar. Algumas explorações podem chegar até 4.300 metros de altitude. Para quem escolher participar dos Ascensos de Alta Montanha, atingirá altitudes entre 5.500 e 6.100 metros. No primeiro dia, as opções de caminhada devem ser mais leves. Cornisas é uma opção fácil, mas com vistas estonteantes como o Oásis de San Pedro, Salar de Atacama e a Cordilheira dos Andes, finalizando com as dunas do Vale da Morte. Chuschul também é bem leve: pela bacia do rio de Quetin, a caminhada inclui geóglifos e a flora é formada principalmente por arbustos de Brea. No segundo dia, já é possível alcançar os 4.000 metros. Uma exploração



Cavalgada



recomendada para se adaptar à altitude é Guatín - Puritama, que começa com subidas e descidas, ornadas por cactus. O roteiro ainda inclui assentamentos antigos e um rio. Ali se encontram as Termas de Puritama, onde se pode tomar banho e comer um lanche leve.

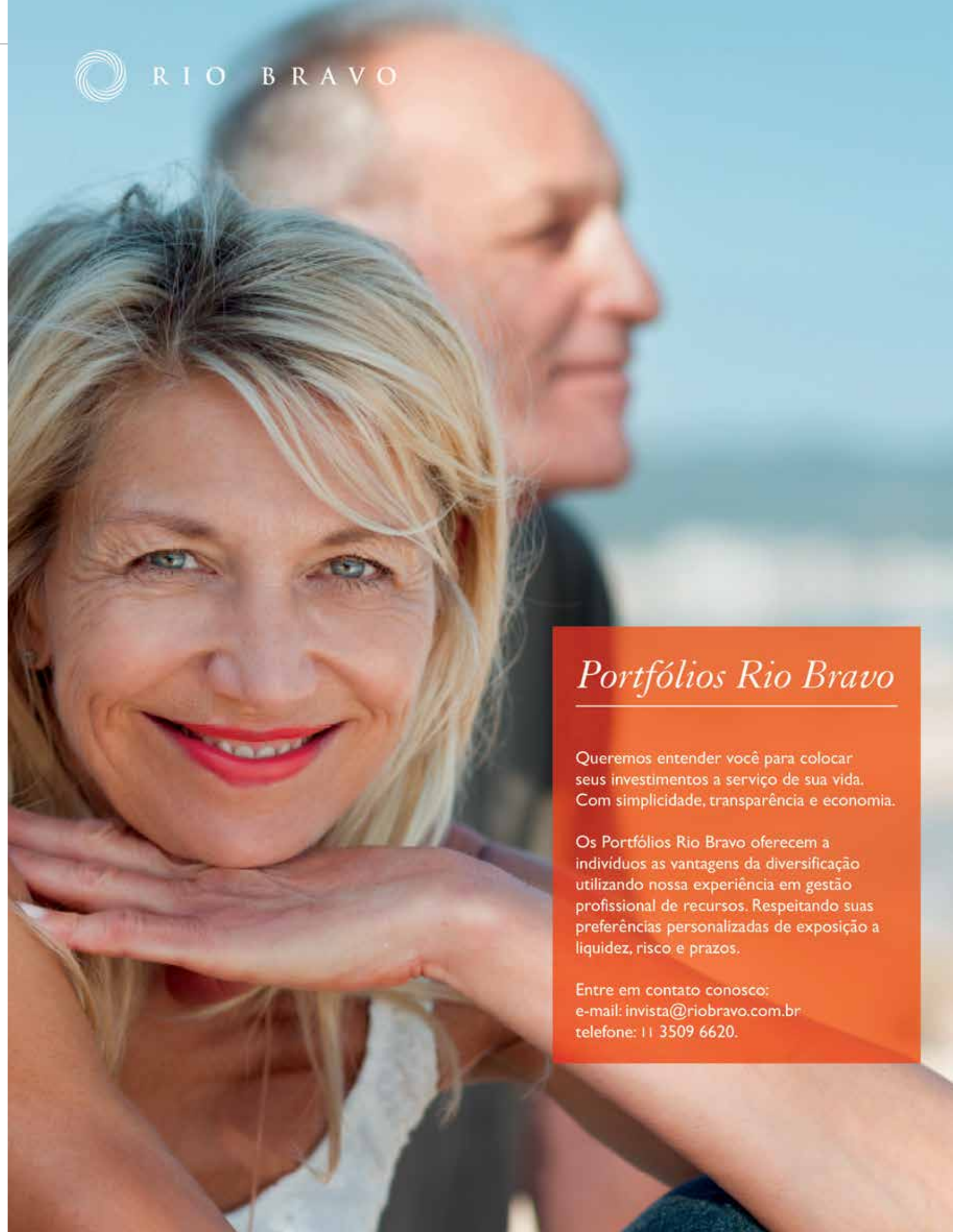
O Vale do Arco-íris já requer um dia inteiro. O ascenso começa passando por alguns geóglifos, até que se aprecie a vista magnífica do Vale Arco-íris (chamado assim pelas suas incríveis cores) e a Colina Matancilla. E, para quem deseja ver animais, a pedida é Machuca - Río Grande, que passa pelo pitoresco povoado de Machuca e segue o leito do rio, onde é possível avistar burros, lhamas, raposas e outros exemplares da fauna nativa.

Quando já estiver adaptado, é possível se aventurar em roteiros mais exigentes como o Copa Coya, um requisito de adaptação para fazer o ascenso de alta montanha. Essa caminhada percorre um antigo caminho "llaretero" com

vista aos vulcões e segue até chegar a uma quebrada ventosa, onde começa o descenso. Ainda inclui piquenique nos Géiseres de Tatio e a opção de tomar banho na Terma de Tatio.

Após a adaptação, que pressupõe estadia de um dia completo sobre os 4.000 m e 3 noites no Hotel de Larache, a aventura pode chegar a outro nível, se você desejar fazer os ascensos de alta montanha. A época ideal para isso vai de abril até meados de dezembro. Durante estes meses, a temperatura na montanha é bastante fria, podendo atingir os -25 °C. Estas explorações são muito exigentes e somente podem ser realizadas por pessoas com bom estado físico e que se adaptem bem às circunstâncias do lugar.

Essas são apenas algumas das sugestões de passeio da Explora. Para saber mais, acesse www.explora.com



Portfólios Rio Bravo

Queremos entender você para colocar seus investimentos a serviço de sua vida. Com simplicidade, transparência e economia.

Os Portfólios Rio Bravo oferecem a indivíduos as vantagens da diversificação utilizando nossa experiência em gestão profissional de recursos. Respeitando suas preferências personalizadas de exposição a liquidez, risco e prazos.

Entre em contato conosco:
e-mail: invista@riobravo.com.br
telefone: || 3509 6620.



AL MARE

DESTINOS EXUBERANTES, SERVIÇOS EXCLUSIVOS E INOVAÇÕES LUXUOSAS CRIAM UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA A BORDO

Mais do que um cruzeiro, uma experiência de viagem única. Essa é a proposta da Regent Seven Seas Cruises, continuamente reconhecida por oferecer aos seus hóspedes a mais completa experiência *all-inclusive* de luxo. São mais de 60 itinerários à escolha, repletos de maravilhosos destinos, visitando 220 portos. No total, a frota da Regent Seven Seas Cruises aporta em 71 diferentes países incluindo vários pernoites nos mais procurados destinos mundiais.

Seus quatro navios de luxo, que só possuem suítes, tomam rumos diversos, visitando cidades icônicas e exóticas no Mediterrâneo e Norte da Europa ou viajando pelas majestosas paisagens do Alasca, Nova Inglaterra e Canadá e descobrindo as misteriosas terras da Ásia.

Em se tratando de velho mundo, não há época ruim para visitá-lo. Mas, no verão, a animação está em seu auge e, por isso, até o final de outubro, mais de 20 cruzeiros partirão de Barcelona, Veneza ou Roma. Os cruzeiros do Mediterrâneo (entre 7 e 11 noites), do Seven Seas Mariner visitam portos clássicos como Barcelona, Veneza, Roma; os pequenos e charmosos como

Gaeta, Portofino, Amalfi, ou Portoferraio/Elba na Itália ou Gijón e Ibiza na Espanha, Portimão em Portugal e Sanary-sur-Mer na França. Além disso, ainda explora os mares Egeu e Adriático, com escalas em portos exóticos e muito procurados, como Agadir em Marrocos, Kotor em Montenegro, Zadar na Croácia, Koper na Eslovênia, Istambul na Turquia e Haifa em Israel.

Para o próximo ano, a expectativa é alta: o Seven Seas Explorer chega como o mais luxuoso navio já construído. A viagem inaugural será um cruzeiro de 14 noites, de Monte Carlo a Veneza, realizado em 20 de julho de 2016. A embarcação permanecerá na Europa para sua temporada inaugural, realizando 11 viagens que cruzam o Mediterrâneo.

A proposta é exceder às expectativas em todas as esferas aos 750 privilegiados hóspedes, acomodados em um navio de médio porte, também equipado somente com suítes. Detalhes sofisticados com inspiração em hotéis boutique e uma fusão de elementos de design do sudeste asiático e toques do Caribe criam o ambiente perfeito, seja para uma festiva celebração ou para um momento mais romântico.

A Regent Suite, principal destaque, possui 360 m², dois quartos e é a primeira no mar com spa, com sauna pessoal, sala de vapor e área de tratamento. E mais: possui uma área de estar ao ar livre com jardim particular e uma magnífica vista de 270 graus sobre a proa e em direção ao horizonte. À disposição dos hóspedes, a comodidade de um carro com motorista particular e guia que os esperará em todos os portos de parada, para passeios privados.

Serviço

11 3253 7203 ou 21 3553 7646
info@regentsevenseas.com.br
www.rssc.com





Femme de Champagne Vintage 2000 Grand Cru

Carol Duval-Leroy and Sandrine Logette-Jardin, her wine maker, have together created a distinctive bottle which, with its rounded lines, nurtures a great Champagne, golden like a jewel and soft like a fragrance, designed to gain approval from people of taste and distinction.

Wine Spectator 92 Point

Fresh and floral, with a rich hint of marzipan underscoring the flavors of patisserie pear, white peach, fennel seed and lemon zest. Fine and chalky in texture, showing sleek acidity on the finish. Drink now through 2020. 1,800 cases made. -AN



OS NOVOS PILARES DO LUXO

Por Roberto Miranda

O SER HUMANO É DIFÍCIL DE AGRADAR. NUNCA ESTÁ SATISFEITO E CADA MUDANÇA NO CENÁRIO QUE O ENVOLVE DESENCADEIA UMA BUSCA POR NOVAS FORMAS DE SACIAR SUAS NECESSIDADES.

Quem confiou que a tradição seria suficiente para manter as vendas das marcas de luxo, deparou-se com uma realidade cruel nos últimos anos.

A disseminação indiscriminada da informação, tão benéfica para o luxo pelo efeito conhecido como “democratização do luxo”, gerou um efeito rebote muito rápido para as marcas ao redor do mundo ao minar um de seus alicerces, um importante pilar denominado exclusividade.

O interessante é observar que o que mudou não foram os drivers de consumo, ou seja, não mudaram os motivos que levam as pessoas a comprar e sim a forma como este consumo tem atendido às suas necessidades nos dias de hoje.

É fácil entender - As pessoas continuam comprando luxo pelos mesmos motivos de sempre - para sentirem-se seguras no emprego e para garantir um preço melhor nos seus produtos e serviços (segurança), para pertencer ou ascender à determinada camada da sociedade ou grupo social (associação), para aparecerem e serem admiradas pelos outros (status) e/ou simplesmente por realização pessoal (autorrealização).

Um cliente que adquire uma valiosa obra de arte, para ficar exposta dentro de sua sala íntima, tem drivers de consumo diferentes daquele que precisa da lancha, de mesmo valor, para manter-se no circuito de amizades que lhe permite conviver com o grupo ao qual quer pertencer.

Então isso não mudou. Garantir suas conquistas, fazer parte de grupos, ser admirado por eles e satisfazer seus desejos pessoais mais internos continuam sendo os drivers de consumo. O que mudou foi o entendimento de como os produtos e serviços de luxo atendem a essas necessidades.

Enquanto estavam confortavelmente deitadas sobre seus pilares de excelência: legitimidade territorial, tradição, matéria-prima exclusiva, manscraft (feito à mão), qualidade de acabamento, tecnologia, localização e distribuição seletiva, as marcas de luxo não estavam tão dependentes das suas mais recentes estruturas para manter sua exclusividade.

O enfraquecimento dos alicerces tradicionais fortaleceu aqueles capazes de gerar experiências. Surgiram então novos fundamentos para sustentar as marcas de luxo por mais uma década. *Storytelling* por produto, inovação focada no cliente e serviços de customização capazes de gerar experiências únicas aos consumidores de luxo.

“OS DRIVERS DE CONSUMO NÃO MUDARAM. O QUE MUDOU FORAM OS PILARES QUE REPRESENTAM, HOJE, O ATENDIMENTO DESSAS NECESSIDADES HUMANAS.”



MBA

Gestão em Hotelaria de Luxo®



Hotel Ritz - Paris

Programa

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

Modalidades

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

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

Local das Aulas

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



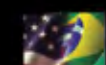
com extensão internacional em Paris

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

Matrículas Abertas - Início 7 de março 2015

Roberto Miranda

EDUCAÇÃO CORPORATIVA

 Programa Bilingue

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

HOWARD DGA-15

SETENTÃO COM TUDO EM CIMA

Fotos Marcio Jumpei



Considerada um das melhores criações da aviação mundial, os Damn Good Airplane, famosos pela sigla DGA, da Howard Aircraft Corporation, fizeram história. Seu criador, o autodidata da engenharia americana, Ben Howard, desenvolveu sua primeira máquina voadora em 1924, apenas vinte anos após o feito dos irmãos Wright.

No ano seguinte à criação do "Mister Mulligan", como ficou conhecido o DGA-6, em 1935, sucessor de outros três monomotores da linha e único modelo de corrida com quatro lugares a ganhar duas das maiores premiações da categoria na época, o Bendix e o Thompson, Ben inaugurou sua empresa com intuito de projetar derivativos comerciais dos ícones da marca.

O excelente desempenho de motor, o design e a qualidade dos equipamentos, mesmo com o alto custo, fizeram dos DGAs os preferidos de corporações, pessoas da alta sociedade e astros do cinema, como o ator e piloto Wallace Beery.

Em 1939, a Howard Aircraft Corporation desenvolveu o DGA-15. Como os anteriores, era um monoplane com asa alta de madeira, no entanto com profunda e ampla fuselagem de tubos de aço, permitindo que cinco pessoas se acomodassem com conforto.

Disponível em versões que se diferenciavam no motor, os exemplares apresentaram valorizada combinação que permitia passar pelas maiores turbulências sem perder performance e

comodidade. O DGA-15P possuía máquina radial Pratt & Whitney R-985 Wasp Junior; enquanto o DGA-15J utilizava um motor Jacobs L6MB; já a edição DGA-15W, era movida pelo Wright R-760-E2 Whirlwind.

Com a entrada dos EUA na II Guerra Mundial, sua produção foi intensificada para servir à aeronáutica, além de ter oferecido outras funções à força aérea americana, como ambulância, transporte de oficiais e instrumento de treinamento. Ao término do conflito, as versões utilitárias dos DGAs foram priorizadas e, a partir dos anos 1960, através de uma modificação proposta pela Jobmaster, os modelos DGA-15 tornaram-se mais comuns como *bush operators* em regiões remotas do mundo e sua cabine larga foi eleita e adotada pelos paraquedistas.



Mais de 50 Howard DGA ainda voam pelos ares dos EUA. Aposentados da atividade comercial, em sua maioria, permanecem populares entre restauradores e colecionadores. É o caso de Mauricio Frizzarin, empresário, piloto e amante da aviação.

Qual a influência do DGA-15 para a aviação? Existem outros exemplares no Brasil?

O DGA-15, equipado com o P&W R-985, por muitos considerado o melhor e mais confiável motor a pistão da aviação, foi o ápice de uma linhagem de aviões executivos da época, preferido das "celebridades". Quem não assistiu o filme BUGSY de 1991 com Warren Beatty sobre o mafioso Bugsy Siegel (criador de Las Vegas) na cena ele embarca, no meio de um temporal, num DGA-15 para Los Angeles onde seria assassinado.

O Cmte. Carlos Edo (proprietário da esquadrilha Extreme de T6) junto com o saudoso Fernando Botelho, fizeram o traslado do meu DGA enfrentando mau tempo e o avião se provou um verdadeiro guerreiro setentão, sem passar qualquer sensação de insegurança. O meu exemplar é o único na América Latina.

Qual a sensação de poder pilotar um modelo tão representativo, com tanta história?

É um tanque de guerra e extremamente "prazeroso" de voar! O meu exemplar está impecável, em total condição de voo e manutenção. Se me pedissem para voar HOJE para os Estados Unidos nele, só completava os tanques e tchau!

Por se tratar de uma aeronave com mais de 70 anos, é difícil manter o equipamento com seus componentes originais?

Apesar da idade, é um avião de manutenção fácil, desde que feita por gente do ramo que goste e curta esse tipo de aviação, como é o meu caso.

Embora EXPERIMENTAL, é mantido na Oficina como uma aeronave STANDARD, seguindo o Programa de Manutenção do Fabricante à risca e com todos seus registros em cadernetas conforme uma aeronave homologada.

O motor, como dito acima, é extremamente confiável e requer pouca intervenção aparte de checar velas, calagem de magnetos, compressão dos cilindros, ou seja nada fora do normal em qualquer motor. Quanto às peças, tudo é conseguido nos Estados Unidos, onde existem centenas destes motores em uso.

A célula é também bastante simples e obviamente sem grande sofisticação quanto a projeto. Até hoje não tive qualquer discrepância que não fosse facilmente solucionada, e desde que bem cuidado, deverá voar tranquilamente mais setenta anos sem grandes dores de cabeça.



85 NOTAS DE SABOR

Cada dose uma experiência única

CHIVAS REGAL 18 YEARS BLENDED SCOTCH WHISKY GOLD SIGNATURE

APRECIE COM MODERAÇÃO

CHIVAS

JOSEPHINE BISTRÔ COMPLETA 15 ANOS

DE BOUTIQUE DE CARNES A BISTRÔ. CONHEÇA UM POUCO DA
HISTÓRIA DO TRADICIONAL ENDEREÇO NA VILA NOVA CONCEIÇÃO



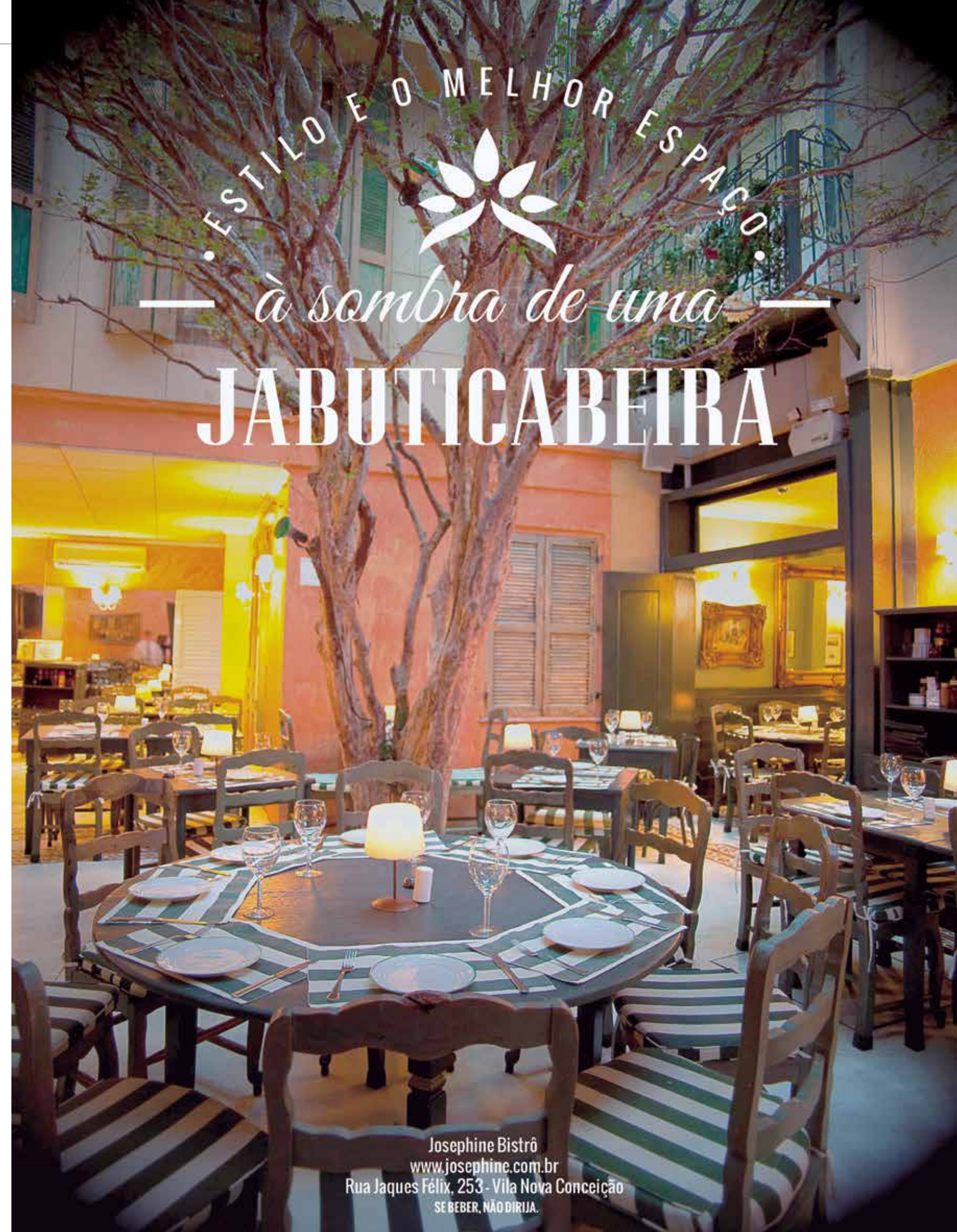
São Paulo é considerada a capital gastronômica da América Latina. Não é à toa que burburinhos de inaugurações de novos estabelecimentos surjam com certa frequência. Mas a verdade é que quase 50% dos novos empreendimentos fecham as portas antes mesmo de completar dois anos, segundo a Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes).

Essa estatística certamente não se aplica ao Josephine. O conhecido endereço na Vila Nova Conceição mantém seu público fiel e cativo em seus 15 anos de existência, sob a batuta do restaurateur Jesse de Andrade.

Muito antes dos anos 2000, o proprietário possuía uma boutique de carnes no mesmo endereço. A localização próxima a um tradicional Colégio Paulistano fazia das mães dos estudantes o seu principal público. Aproveitando o fluxo dos alunos, o negócio evoluiu para uma lanchonete e passou a servir lanches de todos os tipos, saladas e grelhados.

Com uma clientela fiel e cada vez maior, o empresário resolveu expandir o estabelecimento transformando a lanchonete em restaurante. O sucesso foi imediato e o Bistrô continua sendo um dos restaurantes com a varanda mais disputada da cidade. O local possui ainda um aconchegante jardim interno, com uma charmosa jabuticabeira, para deleite dos que apreciam comer bem em um ambiente agradável.

Serviços:
Josephine Bistrô
www.josephine.com.br
Rua Jaques Félix, 253 - Vila Nova Conceição
Telefone: 11 3842 5891



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

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

OBJETOS DE DESEJO

Colaboração: Andréa Castro

CORRIDA OTIMIZADA

O tênis Ultra BOOST Masculino, lançamento do ano da Adidas, promete o maior retorno de energia do mercado graças à Tecnologia BOOST™ e suas milhares de cápsulas que armazenam e liberam energia em cada passada. Além disso, oferece suporte no centro da sola do pé para garantir que a parte dianteira e traseira se movam de forma independente, com estabilidade e melhor adaptação a qualquer superfície. www.adidas.com.br/ultra_boost-homens



CORRIDA FASHION

Expressivos e trendy, os manguitos fazem companhia para uma regata ou manga curta e mantêm os braços aquecidos. Perfeitos para correr ou pedalar, são super-práticos: se esquentar, é só descê-los até o pulso. Esses modelos da Lauf, produzidos em poliâmida e elastano, provam que o look da malhação não precisa ser sem graça. www.lauf.com.br



ÍCONE HOMENAGEADO

Alhambra, uma das mais emblemáticas coleções da Van Cleef & Arpels, é caracterizada pelo famoso trevo de quatro folhas. A coleção, reconhecida como símbolo da maison, é homenageada com 4 novas peças: os Colares Longos de 1 Motivo Magic Alhambra com um único trevo adornado com diamantes, cornalina, ônix ou madrepérola. As peças seguem a tradição da grife em criar peças "transformáveis": podem ser usadas como um único e longo fio, com duas voltas em comprimentos diversos e, ainda, como pulseira. www.vancleefarpels.com/br/pt/

DIVERSÃO CHIC

Para animar encontros de amigos ou familiares, a Mesa Ping Pong por Etel Carmona e Dado Castello Branco, da Etel Interiores, é uma excelente e - requintada - pedida. Produzida em Nogueira Americana e Jequitibá, ela tem sua estrutura baseada em outra criação famosa de Carmona, a Mineira. Os acessórios, como a rede, os cascos das raquetes e o baldinho são confeccionados em couro. www.etelinteriores.com.br



ILUMINA-TE!

A cúpula de madeira, única, reflete a luz sobre ela projetada, criando uma atmosfera morna e aconchegante. A Luminária Abatjour Cantante, criação da designer Claudia Moreira Salles, contrasta madeira e o brilho cromado, equilibrando o artesanal com o sofisticado. www.etelinteriores.com.br



PORTABILIDADE POTENTE

O BeoPlay A2 é o alto-falante mais vendido na história da Bang & Olufsen. Pesando apenas 1,1 kg, é dotado da tecnologia True 360, que entrega o som em estéreo de alta qualidade, independente da posição do aparelho ou do usuário. A conexão pode ser feita via Bluetooth ou USB e a bateria recarregável possibilita mais de 24 horas de audição em volume moderado. Como é idealizado em prol da portabilidade, o mimo vem com uma tira de couro para facilitar o transporte. Versátil, está disponível em preto, cinza ou verde. www.beoplay.com

FINA ESTAMPA

Luxo, cor e joie de vivre: a cadeira desenhada por Philipp Starck, estampada por Pucci e produzida pela Kartell é um *must have* para fashionistas. A edição Madame - World of Emilio Pucci traz desenhos abstratos, mas que se mantêm fieis à arquitetura, paisagens e detalhes fascinantes de cidades do mundo. As quatro estampas usadas representam a Avenue Montaigne em Paris, a Piazza di Spagna em Roma, os icônicos arranha-céus de Nova York e os distritos de Xangai. www.kartell.com



NA COR DA MODA

Com o tom inspirado na Marsala, eleita pela Pantone como a cor de 2015, a Carmona Red é a nova opção da tradicional coleção LIMBO, da secular marca alemã de malas e acessórios premium para viagem RIMOWA. A escolha, diferentes tamanhos de malas e beauty cases para qualquer ocasião. Todas as peças se destacam pelo design elegante e acessórios contrastantes, além de apresentarem a tecnologia do sistema Multiwheel®, que garante facilidade e leveza no deslocamento, independente do peso carregado. O design inteligente do interior ainda oferece amplo espaço, graças ao sistema ajustável *flex-divider*. www.rimowashop.com.br

PARCERIA FOFA

Jimmy Choo, além de nomear a grife, também designa um bull terrier de cinco anos, famoso pelas intervenções criativas e inteligentes publicadas em uma conta no Instagram. A inspiração surgiu quando o dono, o designer Rafael Mantesso, se viu em um apartamento praticamente sem mobília, logo após um divórcio. Com esses elementos, a parceria entre a marca e o designer era inevitável. Descolada, a coleção apresenta bolsa, capa de celular, nécessaire, carteira e até coleira, toda as peças com o mesmo nível *fun* e fofo do Instagram. www.jimmychoo.com/choohound



INOVANDO NA HIDRATAÇÃO

A proposta do DRINKFINITY é permitir que as pessoas customizem a hidratação. Lançado primeiro no Brasil, o produto da PepsiCo consiste em um vessel, garrafa com design exclusivo, reutilizável e livre de BPA, e pelos Pods, pequenas cápsulas que, quando acopladas ao Vessel e misturadas com a água, resultam na bebida. Disponível em quatro linhas: "Live your Day", para uma energia extra; "Take a Break", para uma pausa na correria; "Energize" para fornecer mais energia e; "Exercise&Play", adequada para quem pretende se exercitar. Cada opção possui ingredientes específicos, como sais minerais, vitamina C, zinco, cafeína e complexo B. www.drinkfinity.com.br



ALÉM DO TEMPO

Com caixa de ouro 18 quilates, trabalhado para ter duas vezes mais dureza que o ouro tradicional, o Apple Watch Edition é sofisticado e tem um acabamento impecável. Além de trazer a Siri, possibilita atender chamadas, ler e responder e-mails e ainda monitora sua movimentação diária, emitindo um alerta caso esteja muito inativo. Compatível com o iPhone 6, 6+, 5S, 5C ou 5, é equipado com sensores de luz, acelerômetro, giroscópio, medidor de batimentos, Bluetooth, microfone, Wi-Fi e alto-falante. www.apple.com/br/watch



MUSCULAÇÃO X TREINAMENTO FUNCIONAL

Por Cau Saad

Essa questão comumente vem à tona quando o assunto está relacionado a atividades físicas. Independente do objetivo, as duas modalidades têm correlação direta com a melhora da qualidade de vida, desde que sejam respeitados os princípios do treinamento: individualidade biológica, especificidade, sobrecarga e continuidade. De qualquer maneira, vale esclarecer os benefícios e as finalidades da musculação e do treinamento funcional de uma maneira simples.

Sem classificar entre "melhor ou pior", os exercícios realizados nos aparelhos convencionais de musculação (que possuem planos e eixos de movimento direcionados) diminuem consideravelmente a exigência de equilíbrio, da coordenação e padrões complexos de ativação muscular, que são importantes para o cotidiano.

Por outro lado, muitos exercícios do método funcional são feitos em base instável, exigindo concentração, superação, equilíbrio e paciência. A técnica tem se destacado nos últimos anos relacionada à saúde em geral.

Profissionais da área de educação física e fisioterapeutas têm aderido a essa metodologia para conduzir seus treinamentos, sejam eles voltados para qualidade de vida ou para performance esportiva. Ela consiste na execução de movimentos utilizados nas tarefas diárias: agachar, puxar, empurrar, saltar, girar, pegar, caminhar...

Realizamos esses gestos automaticamente e os aprendemos naturalmente no período chamado "fase de desenvolvimento". Sendo assim, o treinamento funcional veio resgatar os movimentos que, com o passar do tempo, esquecemos ou deixamos de fazer, nos tornando hipoativos. Além disso, desenvolve capacidades físicas como força, resistência, flexibilidade, equilíbrio, coordenação...

Sobre a musculação, temos um leque de variações, tanto nos objetivos quanto nos tipos:

Estética: desenvolvimento e manutenção da estética corporal.

Terapêutica: correção, prevenção, reabilitação e estabilização de desvios posturais e articular.

Profilática: prevenir desvios posturais e distúrbios oriundos de hipocinésias - a diminuição da atividade funcional de cada organismo - bem como lesões atléticas.

Preparação Física: desenvolver e aprimorar as qualidades relacionadas às estruturas neuromusculares.

Competitiva: levantamento básico, treinos olímpicos e fisiculturistas.

Grupos Especiais: aplicada na infância, adolescência, 3ª idade, hipertensos, cardiopatas, diabéticos, gestantes, etc.

Dentro desses objetivos ainda temos variações desenvolvendo qualidades físicas como:

Endurecimento: aeróbio na musculação.

Hipertrofia: ganho de massa muscular.

Força Explosiva: aumenta a explosão muscular nos esportes como natação, futebol, corrida de curta distância, etc.

RML: Resistência Muscular Localizada.

Força Máxima ou pura: para praticantes de lutas como judô, jiu-jitsu...

Eu, particularmente, gosto muito de casar o treinamento funcional com a musculação, pois, assim, ativamos fibras musculares diferentes nos dois treinamentos em relação ao mesmo músculo, e isso é muito interessante. São estímulos diferentes que resultam em um treino mais completo.





DE ENCHER OS OLHOS

Por Cristina Tolovi

O VERDE E A ARTE EXUBERANTES ATRAEM VISITANTES DE TODO O MUNDO

Imagine um imenso parque a céu aberto, em meio a uma vegetação exótica e tropical, com excepcional arquitetura e acolhimento. Não, não estou falando de nenhum parque da Disney; estou falando do Instituto Inhotim – aqui no Brasil mesmo - onde a diversão maior é descobrir as monumentais instalações a céu aberto ou surpreender-se com os pavilhões que abrigam importantes obras de arte.

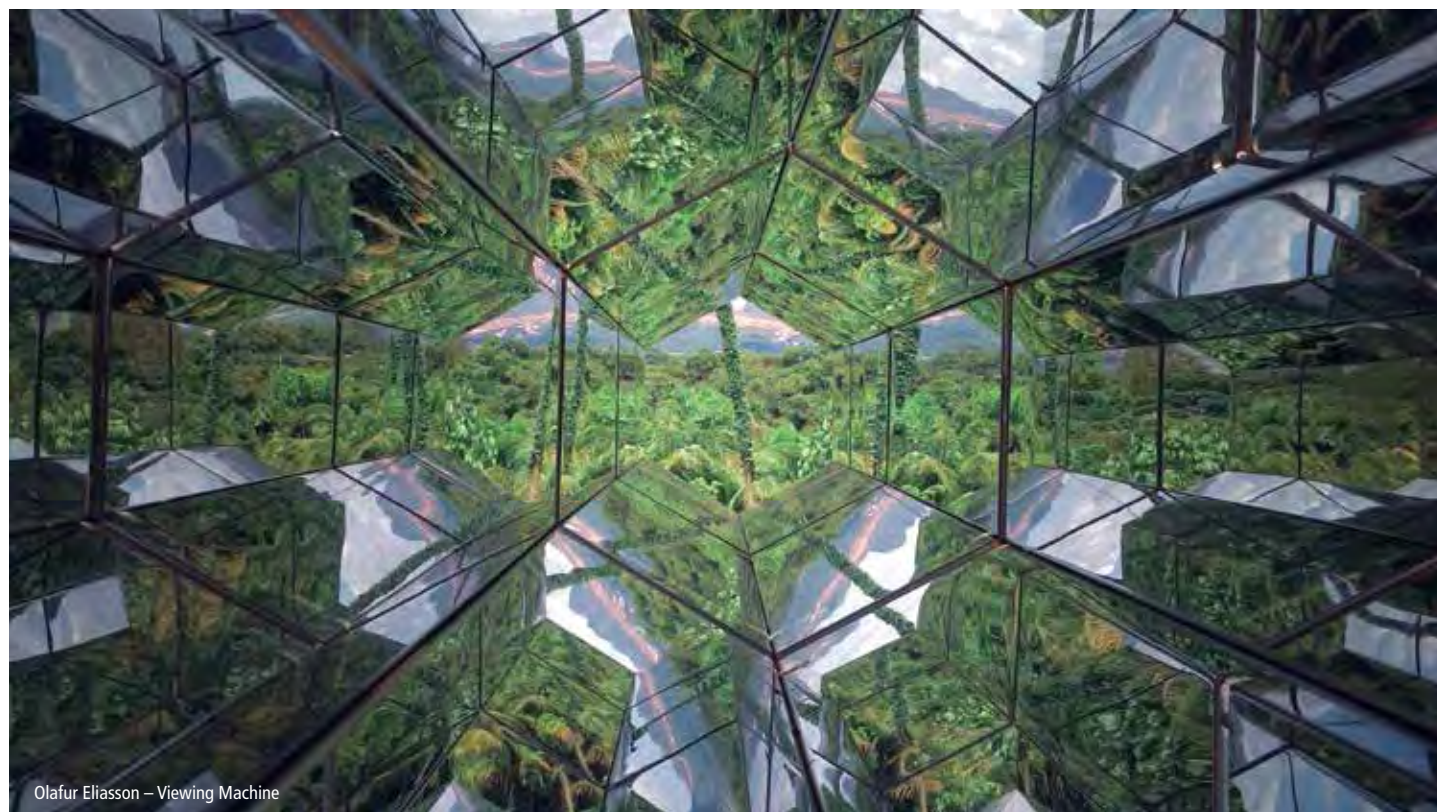


Foto: Filipe Chuster

Olafur Eliasson – Viewing Machine



Hélio Oiticica - Céu aberto

Foto: Instituto Inhotim

Falar hoje sobre Inhotim – depois de inaugurado ao público há 11 anos - é difícil, pois tudo já foi dito e escrito. Logo na entrada, a vegetação começa a crescer assim como a expectativa. As imensas palmeiras dão uma sensação de liberdade e prazer, e quando as primeiras instalações são descobertas em meio ao vasto jardim com lagos ornamentais a incredulidade toma conta. Como assim? Como algo desse porte, magnitude e organização foi imaginado? Como algo com tanto cuidado e pesquisa, e que funciona, foi realizado/concretizado? Aqui no Brasil?

Tudo tão perfeito assim, só tinha visto “lá fora”. Dois dias em Inhotim foi pouco, mas deu conta. Pensei no Bernardo Paz, em quando aquilo era uma fazenda, como a paisagem foi influenciada pelo botânico Burt Marx, como a história da arte brasileira foi resgatada, valorizada e colocada no mesmo patamar dos artistas internacionais que também estão por lá, e como estava em um lugar que parecia outro planeta.

Estou no meio do caminho, entre um Tunga e uma Lygia Pape, com sede e para minha surpresa encontro um quiosque com água de coco. Era tudo o que eu queria. Mais pra frente, antes do pavilhão de Doris Salcedo, bancos de tronco de Hugo França. Meu olhar inebria ao caleidoscópico Olafur. Pego o carrinho elétrico e ainda assim, perco o fôlego com Cildo Meireles e acho que meus olhos me pregam uma peça quando vejo Hélio Oiticica. Levo um soco no estômago com o pavilhão do Miguel Rio Branco, mas me acalmo ao ouvir o som do planeta, proporcionado por Doug Aitken, para depois levar na música de Jenet Cardiff. Mergulho no torpor de Hélio Oiticica, e em Jorge Macchi – literalmente. Me divirto com os fuscas de Jarbas Lopes e não deixo de fotografar Yayoi Kusama.

Inhotim impulsionou o crescimento do entorno, gerando emprego e formando público. Virou circuito internacional de arte, que hoje recebe visitantes do mundo inteiro, de artistas a curadores e colecionadores e, tão importante quanto, estudantes da rede pública e particular. E assim, todos se beneficiam desse lugar aprendendo, vivenciando e respirando arte e ar puro, tornando um sonho em realidade.



Giuseppe Penone – Elevazione

Foto: Yohanna Perimann



DELÍCIAS DA DINAMARCA

Por Tássia Magalhães

No ano passado, embarquei para a Dinamarca para uma viagem de um mês. Dividi esse tempo em estágios em três renomados restaurantes de Copenhague: Kadeau, Amass e Geranium. E para você que pretende viajar para essa cidade, é bom tomar nota desses nomes, pois são os restaurantes que prometem “bombar” por lá.



Amass

Kadeau



Kadeau

Sobre o comando do chef Rowley Leigh, o restaurante tem uma estrela no **Guia Michelin**, um dos mais importantes e relevantes do mundo. A casa é considerada revolucionária sendo adepta ao conceito New Nordic, que dá preferência em utilizar produtos frescos da natureza. E isso é algo que eles deixam em evidência - gostam de utilizar as raízes da ilha de Bornholm, no Mar Báltico, com o objetivo de retratar os sabores e cheiros da ilha. A louça, as obras de arte e o ambiente também evidenciam Bornholm. No Kadeau só é servido menu degustação, que para o jantar varia de 650 DKK a 1950 DKK, R\$ 295 e R\$ 895, aproximadamente. Merece ser conhecido.

AMASS

A cozinha tem à frente o chef Matt Orlando. Americano, possui no currículo passagem por diversos restaurantes, entre eles o Noma. Aliás, quase toda a equipe teve passagem pelo Noma, como o sommelier, os dois subchefs e a hostess. Eles descrevem a cozinha como espontânea, sempre dando prioridade aos ingredientes naturais livre de agrotóxicos. Seguindo esta mesma linha, para manter a integridade dos ingredientes naturais utilizados nos pratos, os vinhos vendidos na casa não utilizam pesticidas. Já sobre o cardápio, a casa também só oferece menu degustação. Pelas informações do site, o menu básico tem custo de 575 DKK, em média R\$ 265. Mas eu sugiro dar uma pesquisada, já que os preços podem não estar atualizados, ok? É necessário colocá-lo no seu roteiro.

Geranium

Comandado pelo chef Rasmus Koefed, o restaurante recebeu duas estrelas pelo **Guia Michelin** e foi considerado o 42º melhor restaurante pela revista britânica **Restaurant**. O estilo da cozinha é *new nordic*, utilizando muitos ingredientes da região na elaboração dos pratos. O restaurante é bem técnico, preza pela apresentação e igualmente só trabalha com menu degustação. No site do restaurante não consegui informações sobre o valor do menu e realmente não me lembro quando custou a experiência.

Resumidamente, vale a pena fazer esse tour gastronômico. O investimento pode ser alto, mas a recompensa é mais que satisfatória.



Geranium



WHAT EXTRAORDINARY
LOOKS LIKE.
THERE, UNDERNEATH
THE ICE.

BEBE COM MODERAÇÃO



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

- Gordon Brown, Wine & Spirits Magazine



O COBIÇADO LA ROMANÉE - CONTI

Por Denis Rezende

A lenda La Romanée – Conti, sem a menor sombra de dúvida, o vinho mais cobiçado do planeta, possui uma das histórias mais antigas dentre as mais importantes regiões vinícolas do mundo, que se confunde até mesmo com a de sua própria região, a Borgonha na França. Em 1131, o Duque de Borgonha cedeu as suas terras já com videiras plantadas para o mosteiro de Saint-Vivant. Em 1760, o já famoso vinhedo foi vendido para Louis-François de Bourbon, o príncipe de Conti, que disputou sua compra com madame Pompadour. O príncipe, amante das artes e dos vinhos, destinou toda a produção ao seu consumo pessoal. Em 1793, Conti foi preso pela Revolução. A denominação Romanée-Conti, ao contrário do que se pensa, só surgiu em 1794.

Em 1911, La Romanée-Conti foi adquirido pela família Villaine, atual proprietária. Até 1945, as vinhas eram pé franco – termo que se utiliza para identificar que as raízes são originalmente europeias. Durante a II Guerra, os produtos químicos e a mão de obra necessária para proteger o vinhedo da Phylloxera - praga que ataca as raízes - provocaram seu sumiço. As vinhas definharam, acabaram arrancadas e foram plantados enxertos (cavalos) ou raízes americanas enxertadas, resistentes à praga. O vinho deixou de ser produzido de 1946 a 1952. Os Romanée-Conti de safras até 1945 valem verdadeiras fortunas.

Há curiosidades interessantes sobre Romanée-Conti. São produzidas apenas 6.000 garrafas por ano e esse vinho não é vendido normalmente em caixas, dúzias ou unidades mas sim, através de um “assortiment” ou seja, é feita uma seleção de 12 rótulos onde apenas um é o Romanée-Conti e as outras onze garrafas não são menos espetaculares, todas elas são Grand Crus produzidos na Côte de Beaune e Côte de Nuits (mesma região e mesma Domaine). O valor do “assortiment” é variável e nunca menor de US\$ 6.000,00. No ano de 2000, em Nova Iorque, foram vendidas 6 garrafas Magnun do Conti safra 1985 por US\$ 134.315,00.

O terroir é de apenas 1,8 hectares e fica na região conhecida como “Rota dos Grand Crus” e produz 100% Pinot Noir e são de colheita tardia para que a maturação aconteça em sua plenitude. O transporte do terroir é feito em caixas equivalentes a um cacho para que não se amassem e após isso são selecionadas na esteira. A fermentação é longa (30 dias) e quente (sempre abaixo dos 33°), permanecem por 18 meses em barris de carvalho e a filtragem é mínima. Isso sem dúvida resulta em vinhos ricos e opulentos. Este é um vinho ideal para ser guardado entre 6 e 12 anos para atingir a maturação plena e alcançar o seu apogeu. Isso tudo somado aos seus preços merecidamente altos, faz com que seja um modelo para os outros Borgonhas tintos e ficam extremamente difíceis de serem encontrados.

Aubert de Villaine tem a dimensão do que seus vinhos representam para a França e para o mundo. Ele é adepto da prática orgânica desde 1986 e mais recentemente da biodinâmica, aquela que rejeita o uso de defensivos químicos e acredita na influência dos astros sobre as vinhas. Uma equipe permanente de 25 funcionários trabalha no vinhedo usando tração animal no tratamento do solo. Para ele, num terroir perfeito como a Domaine de La Romanée-Conti, o melhor é a menor interferência possível.

A vinícola possui ainda, além do vinho que lhe dá nome, os também raros e caros: La Tâche, Richebourg, Grands Échézeaux, Échézeaux, Romanée-St-Vivant e o Le Montrachet, o único branco. São garrafas disputadíssimas no mundo inteiro, apesar de serem para poucos devido aos seus altos valores. Analisando o catálogo de preço desses vinhos, conclui-se que é também um bom investimento. Uma garrafa de uma boa safra pode quadruplicar em dez anos o seu valor em dólar. Robert Parker, crítico de vinho notório por sua análise fria e precisa, escreveu: “Aromas celestiais e surreais...”.

Das safras mais espetaculares dos últimos anos, as mais pontuadas foram 2010, que ultrapassou 1990, 1996, 1999, 2005 e 2009. O clima foi perfeito e os vinhos dessa safra foram extraordinariamente esplendorosos.

Como amante dos vinhos, digo que podemos dividir os enófilos e amantes do vinho em dois grupos distintos: os que provaram o Romanée-Conti e os que vão morrer sem sentir a distinta complexidade de aromas que se transforma a cada segundo na taça, e uma explosão de delicados e ao mesmo tempo potentes sabores. Não é ao acaso ou só pela história e marca que ele seja tão cobiçado, como disse o grande crítico Hugh Johnson: “Se tal fala não correspondesse à realidade, se não preenchesse as expectativas, ele desapareceria. O Romanée-Conti é o mais caro vinho tinto do mundo com reservas de sabor além da imaginação”. Os anos passam e nenhum outro nome no mundo dos vinhos ecoa com tanta distinção e respeito.



ERA DA COLABORAÇÃO

Por Marcella Kanner
Diretora de Marketing da Riachuelo

As colaborações entre redes de fast-fashion e grandes estilistas não são novidade, mas continuam movimentando o mercado de moda no Brasil e no mundo. É um dos temas que mais gera curiosidade das pessoas no meu dia a dia (e um dos meus favoritos também). Apesar desse movimento ter tomado força no Brasil nos últimos cinco anos, a Riachuelo fez sua primeira parceria na década de 1980, com o estilista Ney Galvão, que gerou muita curiosidade na época.

Nos anos 2000 fizemos uma parceria de sucesso com Fause Hatén, mas o grande *debut* foi em 2010, com Oskar Metsavaht, diretor criativo da Osklen. Depois disso vieram coleções da Cris Barros, André Lima, Daslu, Martha Medeiros, Huis Clos, Pedro Lourenço, Triya e Helô Rocha, entre muitas outras. No final de 2014, lançamos a icônica coleção da Versace, um dos nomes mais poderosos no cenário internacional e que causou comoção em plena semana de moda paulista. Logo após o desfile, todos foram surpreendidos com uma *pop-up store*, que permitia o consumo imediato da coleção exibida na passarela e causou uma grande frisson entre os que estavam presentes.



Oskar Metsavaht para Riachuelo

Acredito muito nesse formato de colaboração - um ganha-ganha para a Riachuelo, para marca parceira e, principalmente, para o consumidor. Nós podemos oferecer aos nossos clientes um produto assinado, com design altamente aspiracional, a um ótimo preço, além de atrair novos consumidores, que às vezes entram na loja pela primeira vez para conhecer uma coleção especial e acabam virando clientes. O estilista tem a oportunidade de vender seu produto em larga escala e chegar em um consumidor que usualmente não poderia adquiri-lo. É um movimento pop, atual e divertido, que coloca ambas as marcas em bastante evidência. Se trata de uma equação vitoriosa para as duas partes, que está moldando o cenário do varejo mundial.

Versace for Riachuelo



EDITORIAL DE MODA



Juliana veste DVF, Brincos Lanvin,
Bolsa Goyard e Sapato Arezzo.
André veste Aramis.



Juliana veste DVF, Bolsa Goyard e Brincos Pitanga.
André veste Aramis.



Juliana veste saia, camisa e blazer
DVF, Bolsa Lanvin e Brincos My Gloss.

Ficha técnica

Fotógrafo: Tom Dib - Criadores de Imagem
Estilo: Ju Hirschmann

Beleza: Rafael Guapiano
Modelos: Juliana Garcia e André Madrini

LA CASA DEL HABANO

alcanza todos nuestros sentidos..



ESCH CAFE

Rua Dias Ferreira, 78 - Leblon - Rio de Janeiro
Rua do Rosário, 107 - Centro - Rio de Janeiro
Alameda Lorena, 1899 - Jardins - São Paulo

ROMA CIGAR

Alameda Jurupis, 1402 - Moema - São Paulo



Habano
Únicos desde 1492

www.habano.com



UM MUNDO QUE DESAFIA AS CONVENÇÕES

O FORTUNE INTERNATIONAL APRESENTA UMA INCOMPARÁVEL PARCERIA

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

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

Residências a partir de \$3 milhões



FORTUNE INTERNATIONAL GROUP
BRAZIL@FORTUNEINTLGROUP.COM
(+1) 305-776-6222

DEVELOPMENT AND SALES
FORTUNE
INTERNATIONAL
GROUP



Com uma torre de 52 andares e abrangendo 2,2 acres diretamente ao longo de 76 metros de uma praia intocada, The Residences esta localizado no coração da magnífica Sunny Isles Beach entre o prestigiado Bal Harbour Shops e o fabuloso Aventura Mall, e perto dos aeroportos internacionais de Miami e de Fort Lauderdale. Um luxo sem precedentes Após a conclusão, em 2018, a propriedade será gerenciada pelo The Ritz-Carlton Hotel Co., que proporcionará aos moradores o lendário serviço, qualidade e toque pessoal que se tornaram sinônimo da marca Ritz-Carlton®.

A arquitetura e o design magnífico são complementados por uma localização privilegiada na cultural e vibrante região do Sul da Florida.

FORTUNE INTERNATIONAL GROUP
BRAZIL@FORTUNEINTLGROUP.COM
(+1) 305-776-6222

DEVELOPMENT AND SALES



The Ritz-Carlton Residences, Sunny Isles Beach are not owned, developed or sold by The Ritz-Carlton Hotel Company, L.L.C. or its affiliates ("Ritz-Carlton"). Sunny Isles Property Venture L.L.C. uses The Ritz-Carlton marks under license from Ritz-Carlton, which has not confirmed the accuracy of any of the statements or representations made herein.

THIS IS AN ARTIST RENDERING BASED ON PLANS AND CONCEPTS WHICH ARE SUBJECT TO CHANGE WITHOUT NOTICE. NO GUARANTEE IS MADE THAT THE FEATURES, AMENITIES OR FACILITIES DEPICTED WILL BE BUILT, OR, IF BUILT, WILL BE OF THE SAME TYPE, SIZE OR NATURE AS DEPICTED.

Oral representations cannot be relied upon as correctly stating representations of the Developer. For correct representations, make reference to the documents required by Section 718.503, Florida Statutes, to be furnished by a seller to a buyer or lessee. The Developer is Sunny Isles Property Venture, LLC which has a right to use the trademark names and logos of Fortune International Group and Chateau Group. The rendering contained herein is an artist impression, conceptual interpretation, proposed only and merely intended as illustration. No guarantee is made that the described features, services, amenities or facilities will be available or built. Developer reserves the right to make any modifications, revisions or withdrawals in its sole discretion and without prior notice. All improvements, design and construction are subject to first obtaining permits and approvals for same by the relevant authorities. This is not an offer to sell, or solicitation of offers to buy, in states where such offer or solicitation cannot be made.

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

SOCIAL REVISTA AVANTTO LIFESTYLE

A AVANTTO REUNIU CLIENTES E PARCEIROS PARA O LANÇAMENTO DA 2ª EDIÇÃO DA AVANTTO LIFESTYLE MAGAZINE, NO DIA 15 DE ABRIL NO GABINETE D & IMAGEM.



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14

- 1 - Aurelien Bicz e Marie Bich
- 2 - Zenaide Pereira e Robert Thompson
- 3 - Wael Mustapha e Ruth Vilela
- 4 - Erica Brasil e Mariana Haddad
- 5 - Fernando Vorrath, Fran Hochmuller, Mariana Coelho e Boni
- 6 - Mauro Miranda, Marco Tullio Formigoni, Mariana Coelho, Vinicius Bemelmans, Fernando Vorrath e Nestor Beltrame
- 7 - Nogueira Fresco, Julia Ramos e Marcio Lopes

- 8 - Wair de Paula Jr. e Rudy Gatolin
- 9 - Rudy Gatolin, Silvia Andreotti e Estela Farina
- 10 - Osylvia Collis, Carol Oliveira e Elisa Contrucci
- 11 - Rogério Andrade, Rodrigo Simões e José Barardo
- 12 - Tássia Magalhães
- 13 - Beatriz Simões, Rita Andrade e Camila Barardo
- 14 - Rogério Andrade, Larissa Cavalcanti e Silvio Hofstetter

SOCIAL MACALLAN

A AVANTTO REUNIU PARCEIROS E CLIENTES PARA DEGUSTAÇÃO DO SINGLE MALT THE MACALLAN AMBER, SIENA E RUBY, ACOMPANHADO DO MENU DEGUSTAÇÃO DO RESTAURANTE AROLA, NO DIA 29 DE ABRIL, NO TIVOLI HOTELS EM SÃO PAULO.



1 - Gianpaolo Morselli
 2 - Ivone Bolonhezi, Giampiero Colognori e Ari Bolonhezi
 3 - Rodrigo Kallas e Rudy Gatolin
 4 - Rogério Andrade e Ricardo Anunciato

Paisagens inesquecíveis, momentos eternos.

transamérica comandatuba
 Uma ilha com muitas histórias para contar



Mais de 80 opções de Esportes e Lazer, Spa, Golfe e muitas histórias pra contar.

Sabe aquela viagem que você quer registrar para sempre? Isso é o Transamérica Comandatuba.

Andar pelos 21Km de praia com paisagens inesquecíveis, relaxar no Spa, jogar golfe ou ter mais de 80 opções de esportes e lazer para todas as idades e ainda saborear deliciosa gastronomia no único resort de ilha do Brasil. Tudo isso faz do Transamérica Comandatuba uma experiência que fica eternizada em momentos exclusivos.

Transamérica Comandatuba. Seu destino é aqui.

Grande São Paulo - (11) 5693 4050 | Outras cidades - 0800 012 6060
 www.transamerica.com.br | Faça sua reserva, nossa equipe está à sua disposição.

#comandatuba



Cadastur: 05.009905-20.0001-0

UMA AERONAVE PARA CHAMAR DE SUA

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



BOMBARDIER CHALLENGER 300

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



BOMBARDIER CHALLENGER 300

Ano: 2010
Número de série: N/A (Off market)
Horas voadas: 1.200
Passageiros: 10



BOMBARDIER CHALLENGER 605

Ano: 2012
Número de série: 5883
Horas voadas: 647
Passageiros: 12



BOMBARDIER CRJ100ER

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

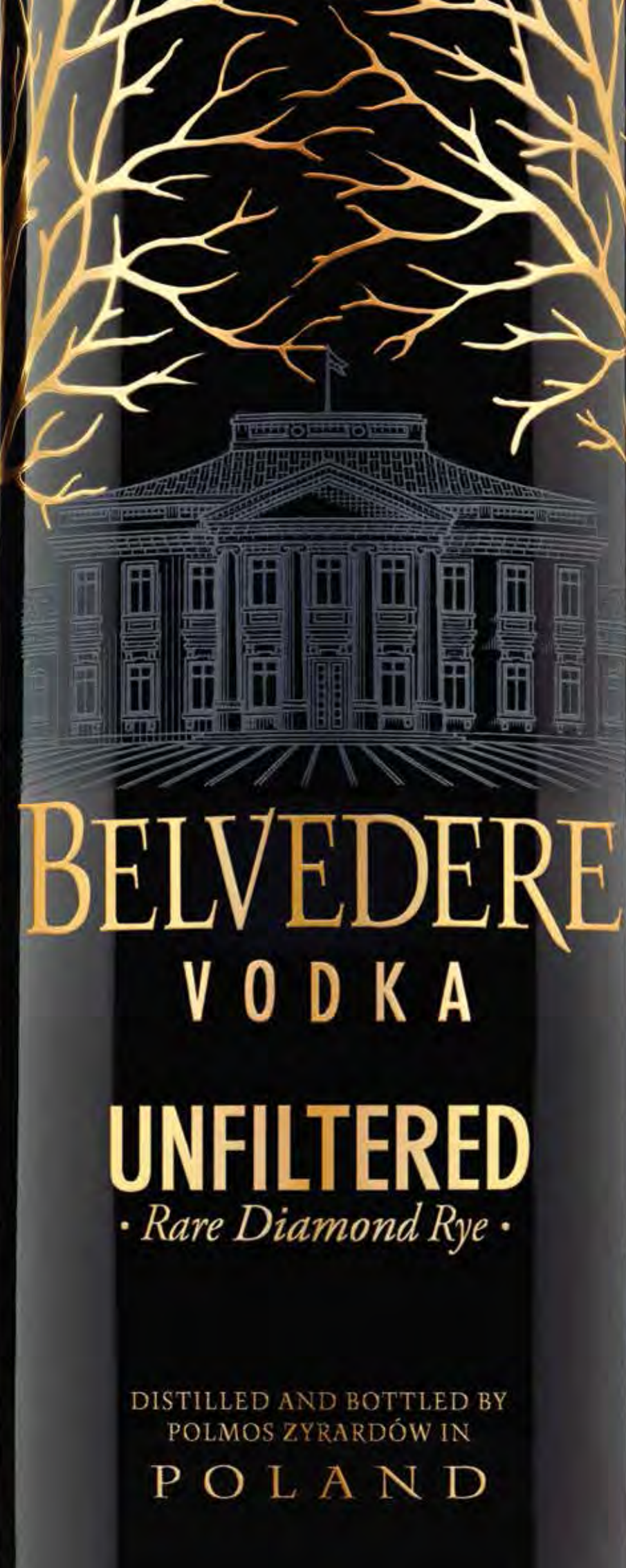


BOMBARDIER LEAR 45

Ano: 2000
Número de série: 83
Horas voadas: 3.775
Passageiros: 8

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

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



BELVEDERE
VODKA
UNFILTERED
• Rare Diamond Rye •
DISTILLED AND BOTTLED BY
POLMOS ZYRARDÓW IN
POLAND



**ÚNICA.
INCOMPARÁVEL.
NÃO FILTRADA.**

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

A VODKA PARA OS BEBEDORES DE WHISKY.
Esquire Magazine

PROGRAME O SEU PRÓXIMO FIM DE SEMANA

AS SUGESTÕES ABAIXO FORAM MINUCIOSAMENTE ESCOLHIDAS E CONTEMPLAM TANTO OS QUE PREFEREM APROVEITAR O FRIOZINHO DO INVERNO QUANTO OS QUE VIAJAM EM BUSCA DE LUGARES ONDE O SOL SE FAZ MAIS PRESENTE. SEJA EM ATIBAIA, CAMPOS DO JORDÃO, COMANDATUBA OU ITAIPAVA, A PROPOSTA É QUE VOCÊ DEIXE DE LADO O ESTRESSE DA ROTINA DIÁRIA, FUJA DO TRÂNSITO, RELAXE E APROVEITE A SUA HOSPEDAGEM. TUDO ISSO AO ALCANCE DE UM VOO.



BOURBON ATIBAIA CONVENTION & SPA RESORT

A apenas 50 km de São Paulo, o Bourbon Atibaia Convention & Spa Resort possui uma área de 400 mil m² perfeitamente inserida em meio à natureza. A estrutura de lazer é completa e integrada à sofisticação do complexo. Com diversos restaurantes, a gastronomia é bastante diversificada, o que inclui restaurante japonês, italiano, bistrô, entre outras opções. O destino é certamente uma boa pedida para diversão em família.

Coordenadas 23°6'33" 46°34'30"

Opera do Nascer ao Pôr do Sol - Diariamente



TRANSAMÉRICA ILHA DE COMANDATUBA

Localizado em uma ilha paradisíaca com oito milhões de metros quadrados, o complexo é um dos mais desejados resorts de ilha do mundo. O cenário é paradisíaco com 21 km de praia e mais de 80 opções de entretenimento para todas as idades, com passeios ecológicos, atividades para crianças, gastronomia variada, espaços de bem-estar e outros serviços para que a única preocupação dos hóspedes seja sentir-se bem.

Coordenadas 15°21'19" 38°59'56"

Opera das 9h às 17h20min – De segunda-feira a sexta-feira



CHATEAU LA VILLETTE

Antiga residência dos proprietários, o imóvel com apenas 15 suítes é um sonho nas montanhas. Situado em Campos do Jordão, o Chateau La Villette é um dos seletos estabelecimentos inclusos na Categoria Esmeralda, a mais alta concedida pela Associação de Hotéis e Pousadas Roteiros de Charme. O restaurante Le Foyer oferece ao público uma cozinha internacional, aberta às influências do terroir da montanha.

Coordenadas 22°43'47" 45°34'36"

Opera das 10h às 17h - Diariamente



QUINTA DA PAZ RESORT

O refúgio de luxo está no Vale de Cuiabá, em Itaipava. O complexo ocupa uma área de 70 000 m² em meio a Mata Atlântica. Além da belíssima vista, o local proporciona uma completa infraestrutura destinada ao lazer e relaxamento. Três restaurantes estão à disposição para quem deseja ter uma ótima experiência gastronômica. Além disso, a adega conta com mais de 1.500 rótulos de vinhos.

Coordenadas 22°22'54" 43°4'34"

Opera das 6h às 18h - Diariamente

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

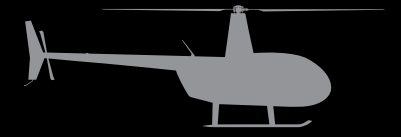
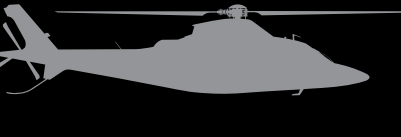
LAPIDAMOS O MERCADO PARA
LEVAR A VOCÊ AS VERDADEIRAS JOIAS.





LOPES
IMÓVEL A



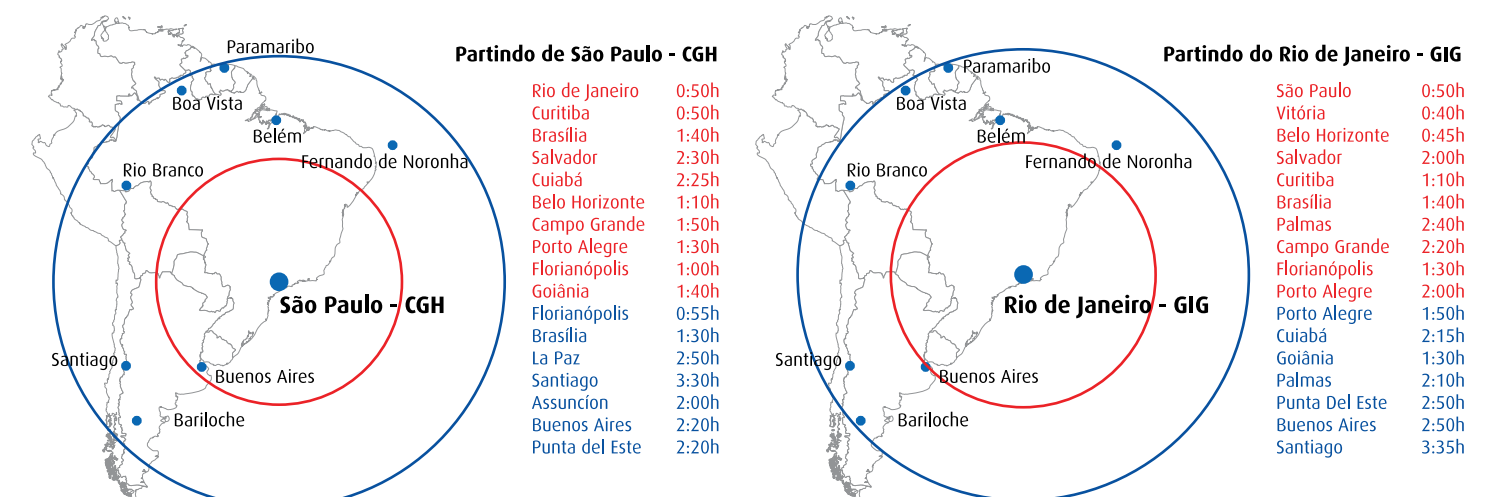
FROTA AVANTTO

 <p>Robinson R44</p>	<p>Fabricante: Robinson Lugares (piloto + pax): 1 + 3 Velocidade de cruzeiro: 210 km/h Alcance: 620 km</p>	<p>O excelente custo/benefício do Robinson R44 justifica o título de helicóptero mais vendido do mundo. Prático, ágil, perfeito para movimentação em grandes cidades, tem preferência dos executivos.</p>
 <p>EC 120 Colibri</p>	<p>Fabricante: Eurocopter Lugares (piloto + pax): 1 + 4 Velocidade de cruzeiro: 227 km/h Alcance: 672 km</p>	<p>Quando as portas se fecham e o Colibri decola, você entende porque ele é considerado o helicóptero mais silencioso do mundo. O design arrojado e a cabine espaçosa garantem excelente visibilidade.</p>
 <p>AS350 B3 Esquilo</p>	<p>Fabricante: Eurocopter Lugares (piloto + pax): 1 + 5 Velocidade de cruzeiro: 246 km/h Alcance: 596 km</p>	<p>A versão de alta performance da família Esquilo, um dos maiores sucessos de venda em todo o mundo. Confortável, seguro e o mais veloz. Opera em condições extremas de altitude e temperatura.</p>
 <p>Agusta A109E Power</p>	<p>Fabricante: Agusta Westland Lugares (piloto + pax): 2 + 6 Velocidade de cruzeiro: 282 km/h Alcance: 930 km</p>	<p>Oferece os mais altos níveis de sofisticação e desempenho. Com design interno arrojado, possui uma espaçosa cabine, as amplas janelas oferecem maior visibilidade para você curtir o seu voo. Graças à sua versatilidade, voa em condições meteorológicas adversas.</p>

 <p>Phenom 100</p>	<p>Fabricante: Embraer Lugares (piloto + pax): 2 + 4 Velocidade de cruzeiro: 722 km/h Alcance: 2.182 km Comprimento da cabine: 3,35 m Altura da cabine: 1,50 m Largura da cabine: 1,55 m Capacidade de bagagem: 190 kg</p>	<p>A melhor opção do mercado na categoria jato leve, o Phenom 100 tem estilo, desempenho e conforto. Considerado o mais rápido, com maior capacidade de bagagem, a cabine mais confortável e um baixo nível de ruído, o jato está entre os preferidos de executivos. O jato é capaz de voar, sem escalas, de São Paulo e Rio de Janeiro para as principais capitais brasileiras.</p>
 <p>Phenom 300</p>	<p>Fabricante: Embraer Lugares (piloto + pax): 2 + 7 Velocidade de cruzeiro: 839 km/h Alcance: 3.650 km Comprimento da cabine: 5,23 m Altura da cabine: 1,50 m Largura da cabine: 1,55 m Capacidade de bagagem: 240 kg</p>	<p>Com linhas futuristas e acabamento luxuoso, o Phenom 300 é um jato de exclusividade e conforto. Sua cabine foi projetada pela Designworks USA, empresa do grupo BMW. O jato é capaz de voar sem escalas de São Paulo e Rio de Janeiro para as principais capitais brasileiras e latino-americanas</p>

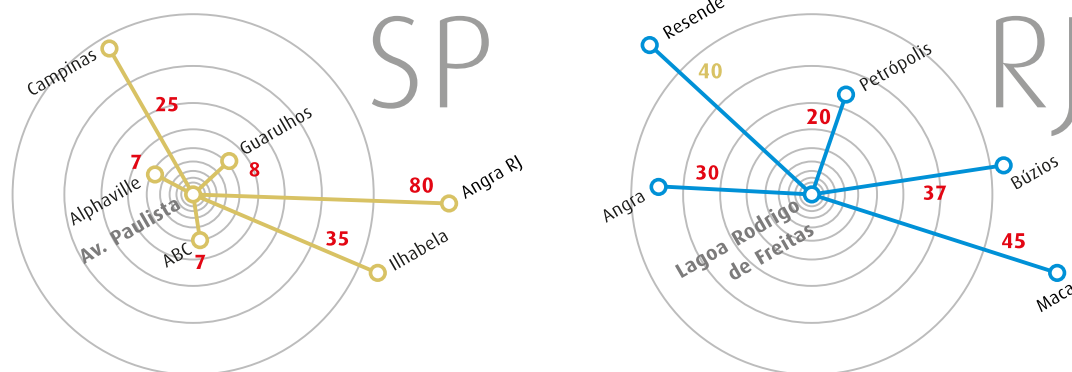
CONFIRA O TEMPO DE ALGUNS TRAJETOS VOANDO EM SEU PRÓPRIO AVIÃO.

- Phenom 100
- Phenom 300
- Range Phenom 100
- Range Phenom 300



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

TEMPO EM MINUTOS





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

Fique com o lado bom de voar.

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

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

Você
à frente
do tempo

Há uma grande diferença entre ser e não ser Avantto.

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



INSTAGRAM

Confira a vista privilegiada que só quem está nas alturas tem. Veja de perto a beleza e inspiração que a natureza nos reserva, proporcionando a cada dia um novo espetáculo. Do nascer ao pôr do sol, sempre em busca de novos horizontes, sempre Avantto. Queremos a sua foto aqui, clique seu momento e marque com a #avantto.



Luiz Amaral
@lamarula



Marx Ferreira
@marx_ferreira



Emiliano Leipnitz
@leipnitz86



Marques Toshio
@toshirouno



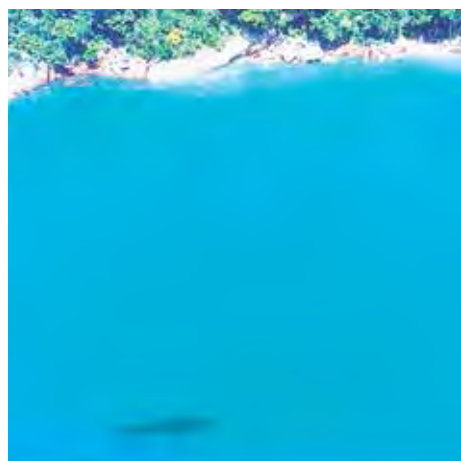
Leonardo Rebuffo
@leonardorebuffo



Luiz Amaral
@lamarula



Emiliano Leipnitz
@leipnitz86



Aline Chelfo
@alinechelfo_cft

APROVEITE OS FERIADOS PROLONGADOS.

Com a Avanto, você escolhe seu destino e fica livre do trânsito o ano inteiro.

03.ABR
PAIXÃO DE CRISTO

01.MAI
DIA DO TRABALHO

04.JUN
CORPUS CHRISTI

07.SET
INDEPENDÊNCIA DO BRASIL

02.NOV
FINADOS



Você à frente do tempo

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





Discover the World of Chopard:
Bal Harbour Shops • 9700 Collins Avenue
305.868.8626

Explore the collection at us.chopard.com

IMPERIALE
Chopard