

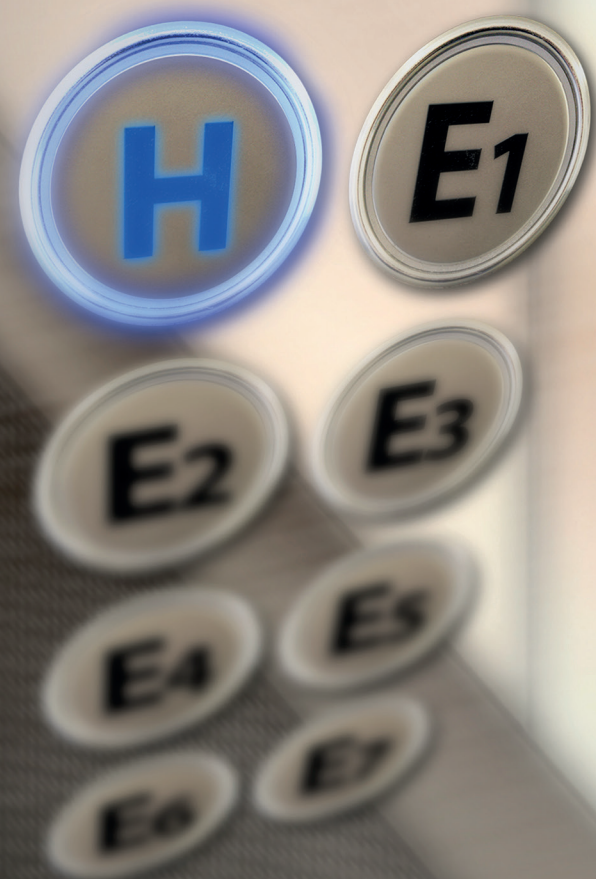


AVANTTO

LIFESTYLE MAGAZINE



Acesso ao seu novo estacionamento.



Conheça os helicópteros da Avantto. Multiplique seu tempo com segurança e conforto.



Você
à frente
do tempo

Com a Avantto, você multiplica seu tempo, além de ter 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

BMW M3. A PERFEITA COMBINAÇÃO ENTRE HOMEM E MÁQUINA.

BMW M3



Puro Prazer de Dirigir



O BMW M3 é o grande ícone da BMW Motorsport e uma referência entre os carros de alto desempenho. Motor 3.0l de 6 cilindros em linha biturbo de 431 HP de potência, capaz de acelerar de 0 a 100 km/h em apenas 4,1 segundos. Transmissão Automática Esportiva DKG de 7 velocidades com dupla embreagem, teto em fibra de carbono, faróis em Full Led, BMW M Head-up Display, iDrive Touch Controller com Sistema de Navegação Profissional e Sistema de Som Harman Kardon. Descubra o mais intenso prazer de dirigir, acesse www.bmw.com.br/m3.

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





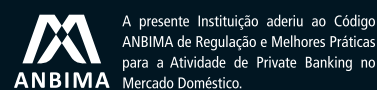
O Santander ajuda você a antecipar a conversa sobre sucessão patrimonial. Afinal, estamos falando sobre o futuro do que você construiu.

Venha conhecer nossas propostas para planejamento de transferência de patrimônio e otimização tributária. Conte também com nossa oferta integrada de fundos e investimentos, créditos e serviços. E aproveite as vantagens de trabalhar com um Private Banking realmente global.

Porque tão importante quanto entender de dinheiro é entender você.

LODUCCA

SEU PATRIMÔNIO
É COMO FILHO.
POR ISSO,
É FUNDAMENTAL
FALAR SOBRE
O FUTURO DELE.



Conheça nossa proposta em santander.com.br/privatebanking
Central de Atendimento Private - Dúvidas e informações: 0800 702 1212 (todas as localidades).
De segunda a sexta-feira, das 9h às 18h, exceto feriados. SAC: 0800 762 7777 – Ouvidoria: 0800 726 0322.

ESTA PUBLICIDADE E/OU MATERIAL TÉCNICO SEGUIE O CÓDIGO ANBIMA DE REGULAÇÃO E MELHORES PRÁTICAS PARA A ATIVIDADE DE PRIVATE BANKING. A VINCULAÇÃO DO SELO NÃO IMPLICA POR PARTE DA ANBIMA GARANTIA DE VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES PRESTADAS.

 **Santander**
PRIVATE BANKING



CARTA DO CEO

A última edição de 2015 da nossa revista chega em clima festivo e de agradecimento. São nossos parceiros, colaboradores e clientes quem têm tornado a revista mais interessante a cada publicação. Também vem deles a motivação para seguir trilhando esse caminho.

Na Avantto, não faltam motivos para comemorar. Mais uma vez, a Labace foi um sucesso e nos trouxe bons frutos, o que você poderá conferir nas páginas a seguir. A edição também traz sugestões para tirar aquele tempinho para si e para família em busca de novos ares. Da Suíça ao nosso litoral, opções não faltam para descansar o corpo e a mente para começar o ano que vem renovado.

Os entrevistados, como sempre, escolhidos a dedo, compartilham um pouco da experiência profissional e trajetória de vida, com histórias interessantes de sucesso e determinação. José Carlos Semenzato, da SMZTO, Marcelo Fernandes, proprietário dos restaurantes Attimo, Kinoshita, Clos e Mercearias do Francês e o canoísta Pedro Oliva são alguns deles.

Pessoas, histórias, lugares, negócios: o universo Avantto Lifestyle foi idealizado para agregar informação e inspiração à rotina dos nossos leitores. Esse é o compromisso que queremos reforçar para 2016, quando nos encontraremos na edição 6. Até lá, desejamos um excelente Natal e um réveillon cheio de esperanças.

Boa leitura!

Rogério Andrade

EXPEDIENTE

ANO II / Nº 5 / Dezembro 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

Anna Carolina Koch
Cau Saad
Cristina Tolovi
Gustavo Franco
Marcella Kanner
Maurício Marquez
Nicola Calicchio
Pedro Granato
Tássia Magalhães
Tomas Perez

Projeto Gráfico

Sanjuan Comunicação:
Cadu Pechiori
Fernando Nolasco

Foto da Capa

Foto: Rafael Neddemeyer
Produção: Ju Hirschmann
Beleza: Drika Lopes
Estilo: Renata Tamelini
Modelos: Rafaela Machado e
Mariano Junior

Créditos: Terno Ermenegildo Zegna,
Sapato Highstil, Vestido Juliana Sanmartin e
Sapato Shultz

Revisão

Erica Brasil
Leticia Ghedin

Produção Gráfica

Bandeirantes Soluções Gráficas

Atendimento

Estela Hercos

TODOS JUNTOS FAZEM UM TRÂNSITO MELHOR.

O QUE JÁ ERA BOM FICOU AINDA MELHOR!

TIGER XCA
R\$ 51.500,00
(À VISTA E FRETE INCLUSO)

- ▼ Assentos do piloto e do passageiro aquecidos
- ▼ Manoplas aquecidas
- ▼ Suporte de fixação para malas laterais (malas opcionais)
- ▼ Faróis de neblina em LED
- ▼ Kit de montagem para GPS
- ▼ Pedaleira em CNC usinado

TIGER XC

R\$ 41.200,00
(À VISTA E FRETE INCLUSO)



- ▼ 800cc
- ▼ 95cv
- ▼ Controle de Tração Triumph
- ▼ ABS comutável
- ▼ Computador de bordo

TIGER XCx

R\$ 46.300,00
(À VISTA E FRETE INCLUSO)



- ▼ Modos de pilotagem ajustáveis: Road, Off-Road e Rider
- ▼ ABS com opções ON, Off-Road e OFF
- ▼ Controle de Tração Triumph com opções ON, Off-Road e OFF
- ▼ 4 mapas de aceleração
- ▼ Controle de velocidade cruzeiro
- ▼ Computador de bordo avançado
- ▼ Barras protetoras do motor
- ▼ Protetores de manoplas
- ▼ Cavalete Central

RESERVE A SUA. SAC: 0800 727 2025

Porto Alegre / Florianópolis / Curitiba / São Paulo / Ribeirão Preto
Rio de Janeiro / Belo Horizonte / Brasília / Goiânia / Campinas / Recife

triumphmotorcycles.com.br | facebook.com/triumphmotorcyclesbrasil
youtube.com.br/user/triumphmotorcyclesbr | instagram.com/triumphbr



FOR THE RIDE

SUMÁRIO

TRAVEL STYLE



18
BONITO
Bonito é pouco!

44 **A ENCANTADORA LUCERNA**
Bucólica e fascinante, a cidade é um convite para admirar belas paisagens cercadas por lagos e Alpes

62 **KUROTEL, UMA OPÇÃO COMPLETA**
Um lugar para relaxar e deixar em harmonia corpo, alma e espírito

BUSINESS STYLE



22
JOSÉ CARLOS SEMENZATO
Da bicicleta à aeronave

16 **GUSTAVO FRANCO**
Precisamos falar sobre capitalismo

28 **NICOLA CALICCHIO**
Uma nova abordagem para a inovação na forma de fazer negócio

34 **ANNA CAROLINA KOCH**
Liderança em negócios familiares

AERO STYLE



58
B-52 STRATOFORTRESS
O gigante intimidador

24 **AGUSTA A109E POWER**
A Ferrari dos helicópteros

38 **LABACE SUPERA EXPECTATIVAS EM 2015**
E reafirma seu título de maior feira de aviação na América Latina

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

MY STYLE



32
DESDE OS PRIMÓRDIOS
Do deslocamento por necessidade ao esporte de alta performance, a canoa mantém sua importância através dos tempos

56 **CRISTINA TOLOVI**
A Arte e as Feiras

70 **MARCELLA KANNER**
Backstage

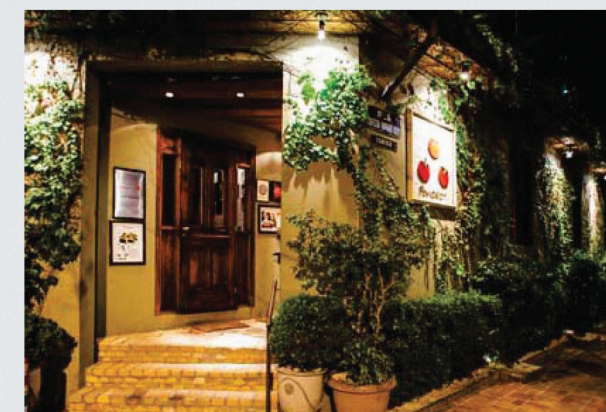
92 **HOT SPOTS**
Sugerimos quatro incríveis lugares, selecionados a dedo e a um voo do seu alcance



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

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



ANNA CAROLINA



Carreira

Iniciou sua carreira no mercado financeiro no Citigroup, passou pela McKinsey & Company e hoje conduz busca de executivos com foco em indústrias e consultoria para empresas familiares na Egon Zehnder. É bacharel em Administração de Empresas, Especialização em Finanças pela FGV e MBA pela Wharton School.

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



PEDRO GRANATO



Beleza

Especialista em cirurgia plástica pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, é formado em medicina pela UNI-RIO, fez especialização no Instituto Ivo Pitanguy, em cirurgia geral no Hospital Universitário Gaffrée e Guinle e em cirurgia do trauma no Hospital Estadual Getúlio Vargas.

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



MAURÍCIO MARQUEZ



Experiências

Fundador da Maz Participações, é publicitário, designer de formação, CEO e fundador da Fullpack Comunicação que está entre as 50 maiores agências de publicidade do Brasil.

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



VOCÊ REALMENTE PODE REALIZAR TUDO

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



Viva de perto os encantos do Festival das Lanternas Chinesas neste maravilhoso itinerário de 16 noites. Saindo de Hong Kong indo até Tóquio, passando por Xiamen quando o festival acontece. Lanternas encantadoras de todos os formatos iluminam a cidade enquanto as tradicionais danças dos leões encantam tanto os moradores locais quanto seus visitantes.

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.

Regent

SEVEN SEAS CRUISES®

tudo incluído

- PASSEIOS ILIMITADOS EM TODOS OS PORTOS
- HOTEL DE LUXO COM TRANSFER PARA O NAVIO*
- RESTAURANTES DE ESPECIALIDADE
- BEBIDAS ILIMITADAS, VINHOS E DESTILADOS PREMIUM
- TAXAS DE SERVIÇO
- WI-FI EM TODO O NAVIO*

FESTIVAL DAS LANTERNAS HONG KONG A TÓQUIO

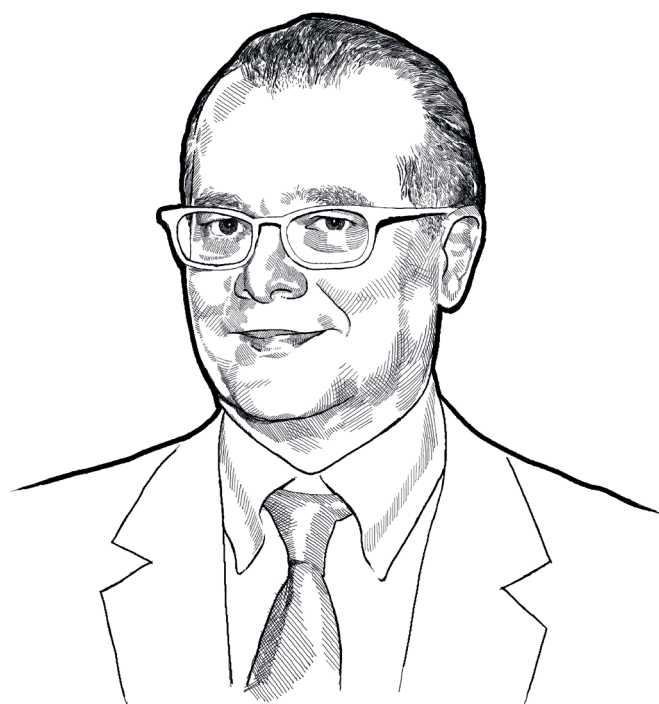
Seven Seas Voyager
20 de Fevereiro 2016 | 16 noites

Cabine com Varanda com tarifas a partir de:
Entrada de R\$ 5211,60 + 6 x R\$ 3474,40

Visitando: Hong Kong, Xiamen, Shanghai, Pequim, Seoul, Jeju, Kyoto e Tóquio

SÃO PAULO - (11) 3253 7203
RIO DE JANEIRO - (21) 3553 7646
OU ACESSE WWW.RSSC.COM
PARA CONHECER NOSSAS
OPÇÕES DE ROTEIROS.

Total: R\$ 26058,00 por pessoa. Preço informado em reais com câmbio de R\$3,57. Valor em dólares \$7299. Preço por pessoa baseado em ocupação dupla em Cat. F, inclui taxas portuárias. Aéreo e despesas pessoais serão cobrados à parte. Sujeito à disponibilidade e pode ser cancelado a qualquer momento sem aviso prévio. *Válido para categorias Concierge e Superiores Termos e condições completos poderão ser encontrados através de nosso site www.rssc.com.



PRECISAMOS FALAR SOBRE CAPITALISMO

Por Gustavo Franco

No Brasil, pouca gente sabe definir o que é, mas muitos odeiam o capitalismo.

O Instituto Millenium (uma ONG dedicada a promover os valores da liberdade, democracia e economia de mercado), um dia desses, colocou uma pessoa na Cinelândia, Centro do Rio de Janeiro, perguntando aos transeuntes o que pensavam sobre o assunto. Três de cada quatro entrevistados ficaram nervosos com a pergunta, recuavam temerosos do microfone, ou resmungavam desconfortos variados como “aqui no Brasil não tem isso não”, “sei não senhora” e que tais.

O restante das respostas, inclusive de uma professora do ensino médio, refletiu o que se esperaria obter de uma região outrora conhecida como a “Brizolândia”.

Em um belo livro recentemente lançado (“Capitalismo: modo de usar”), Fábio Giambiagi concentra esta mesma mensagem na sua epígrafe, uma fala de Fernando Henrique Cardoso dirigida a Armínio Fraga antes de sua sabatina no Senado como parte de sua nomeação para a presidência do Banco Central. Sem pretender precedência, registro apenas que ouvi este conselho igualzinho nas duas ocasiões em que fui sabatinado. Eis a sabedoria: “o Brasil não gosta do sistema capitalista. Os congressistas não gostam do capitalismo, os jornalistas não gostam do capitalismo, os universitários não gostam do capitalismo.”

Como explicar essa estranha hostilidade ao sistema econômico que prevalece em todo o planeta, excetuadas algumas comunidades primitivas isoladas no Caribe e na Ásia, e cujo indiscutível e extraordinário sucesso aniquilou qualquer concorrência?

Afinal, o capitalismo é o sistema econômico baseado na propriedade privada, na liberdade de empreender, na letra da lei, e na centralidade do mercado para estabelecer os preços. Que há de tão errado com isso?

O fato é que são reveladoras as respostas ouvidas na Brizolândia.

Em primeiro lugar, destaque-se a apatia, muito provavelmente incentivada por valores nossos, mal cultivados. Hierarquias e privilégios parecem mais naturais no Brasil que a igualdade diante da lei e a impessoalidade. Valores “maiores” parecem prevalecer sobre os da contabilidade ou da sustentabilidade: os balanços fecham no Palácio, os patrimônios “não têm preço”, prejuízos “não importam”, e a criatividade permeia as partidas dobradas. E por fim, o mercado, a meritocracia e a competição, são coisas para nossos inimigos, pois é o que se passa na “rua” e não na “casa”, como ensina Roberto da Matta.

Em segundo lugar, trata-se do sucesso do capitalismo como se houvesse dúvida sobre isso. O próprio Marx em seu famoso manifesto, em 1848, as eliminou ao afirmar que “a burguesia, em seu reinado de apenas um século, gerou um poder de produção mais massivo e colossal do que todas as gerações anteriores reunidas”. O erro estava em prever o colapso do sistema, ou exagerar nos efeitos colaterais.

Sobre desigualdade, é preciso cuidado com um sofisma muito comum. O progresso material não é igual em diferentes regiões do planeta, ou mesmo dentro de um país. Muitas regiões do continente africano vivem hoje do mesmo jeito que viviam há 500 atrás, e nessa ocasião os nativos da região hoje conhecida como a Califórnia estavam nesta mesma faixa de renda. Em nossos dias, diante da brutal diferença de bem-estar entre essas regiões pode-se distinguir ao menos dois tipos de reações: de um lado, os que se encantam com o desenvolvimento californiano e procuram emular seus valores, e de outro, os que afirmam que esses 500 anos de capitalismo aprofundaram a desigualdade (fato estatístico indiscutível, eis que uma das regiões simplesmente ficou estacionada) ou que, um tanto mais canhestamente, os californianos ficaram ricos explorando os africanos, ou os mexicanos. Ou seja, o vilão é quem deu certo, e o sucesso é sempre pecaminoso, segundo a Brizolândia.

O fato é que, contrariamente aos países onde as virtudes burguesas - empreendedorismo, parcimônia, iniciativa e integridade - são louvadas, nosso capitalismo meio patrimonialista sempre foi visto como um jogo de cartas marcadas, onde os valores a cultivar eram outros: conexões com o governo, imprevidência, reservas de mercado e malandragem.

Um “capitalismo pela metade” pode produzir um sucesso pela metade (ou um “meio fracasso”, um país eternamente do futuro), com distorções imensas, como ocorreu no Brasil dos anos 1980, e mesmo um retrocesso, como na Argentina. As nações podem simplesmente fracassar.

Em um famoso discurso no Senado em junho de 1989, o senador Mário Covas, um homem de centro-esquerda e inatacáveis credenciais nacionalistas, proclamou que o Brasil precisava de um “choque de capitalismo”. Era um desabafo a propósito da democracia que ele tanto lutara para reconstruir, e que

vivia, naquele mês, uma inflação de 28,6%. A democracia não deveria levar o país à insensatez econômica. Covas disputava a presidência, e no primeiro turno obteve apenas 11,5% dos votos, ficando em quarto lugar. Em dezembro, quando ocorreu o segundo turno, a inflação rompeu oficialmente a barreira da hiperinflação: 51,5% naquele mês.

Covas estava correto em que havia algo de muito errado nesse nosso “anticapitalismo” patológico e fora de época, mas o paciente não estava convencido do tratamento. Ainda era forte a demanda por mágica.

Diversos choques se seguiram, mas o de capitalismo só avançou mesmo com o “não-choque” representado pelo Plano Real e suas reformas: privatização, responsabilidade fiscal, abertura e as outras que, em seu conjunto, trouxeram a inflação brasileira para níveis de primeiro mundo. Quem poderia imaginar que o sucesso do Plano Real seria o resultado de reformas com o intuito declarado de fazer do Brasil uma economia de mercado por inteiro?

Não obstante, as reformas enfrentaram enorme resistência, esta é a maldição da Brizolândia: uma minoria de perdedores do processo de modernização é sempre capaz de bloquear o que é novo, pois a maioria beneficiada permanece mergulhada na apatia. Os ganhos são dispersos, e os custos concentrados em minorias despojadas de seus privilégios, o velho problema das reformas e a razão pela qual elas são implementadas por estadistas e não por “gerentonas” ou líderes populistas.

É caprichosa a História, que organiza uma volta ao passado pela ascensão de um líder operário, a quem coube interromper o avanço do capitalismo no Brasil antes que começasse a modernizar demais as coisas. O Brasil mergulha num conservadorismo metido a progressista, cuidadoso e inercial no início, mas que adquire uma feição mais concreta já mais perto de 2008, quando entramos para valer num capitalismo companheiro, ou de quadrilhas e boquinhas.

Não é a inflação que explode, mas a corrupção, uma outra expressão para o fracasso desse capitalismo “pela metade” sobre o qual não vale a pena gastar nem dois tostões de sociologia. Que o digam Joaquim Barbosa e Sergio Moro. Bobos fomos nós em levar a sério a “nova matriz” e outras ridículas vestimentas heterodoxas de que se serviu o cronismo caudilhesco que aqui se implantou. Não era keynesianismo, nem estruturalismo, mas apenas desonestidade, inclusive intelectual.



BONITO É POUCO!

O MELHOR ADJETIVO PARA ESSE PARAÍSO NO CENTRO OESTE É, NO MÍNIMO, MARAVILHOSO

De perder o fôlego. A exuberância da natureza se revela em toda a sua generosidade para os visitantes de um dos destinos mais inesquecíveis do centro do País, Bonito. Localizado a aproximadamente 300 km da capital do Mato Grosso do Sul, Campo Grande, é um polo de ecoturismo internacionalmente conhecido. De um lado, há a aventura, os esportes radicais e, de outro, o sossego e a pura contemplação. A riqueza da região permite experiências incríveis para todos os perfis, sem abrir mão do conforto.

Foto: Rafael Goés

ONDE IR

Praia da Figueira

O que antigamente era uma área de extração de calcário, tornou-se uma lagoa de mais de 60 mil m² de água corrente e clara, cercada por coqueiros e areia branca. O local é perfeito para nado, mergulho, flutuação, caiaque, pedalinho e muito mais, proporcionando horas de lazer para pessoas de todas as idades. A infraestrutura inclui restaurante, bar molhado, redário, playground, quadra de esporte e banheiros.

Gruta do Lago Azul

Cartão-Postal de Bonito, é de tamanha beleza, que nenhuma fotografia consegue reproduzir à altura. O passeio, de pura contemplação, se inicia com uma caminhada até a entrada da gruta, seguida pela descida de 150 metros, por uma escada esculpida na rocha, sem corrimão. A visão é de um lago em deslumbrantes tons de azul, de dimensões que o qualificam como

uma das maiores cavidades inundadas do mundo. Formações geológicas de milhares de anos, localizadas tanto no teto, como no chão, compõem o cenário. Pela beleza e fragilidade, a gruta foi transformada em Monumento Natural, o que garante a sua preservação. O passeio não é recomendado para gestantes, crianças menores de 5 anos e pessoas com problemas de mobilidade ou labirintite.

Aquário Natural - Reserva Ecológica Baía Bonita

Uma caminhada de cerca de 15 minutos leva à nascente do Rio Baía Bonita, localizado na Reserva Ecológica Baía Bonita. Lá, por flutuação em águas cristalinas, o visitante aprecia a vegetação subaquática na companhia de cardumes de peixes variados, em um percurso de aproximadamente 900 metros. Quem preferir, pode acompanhar o trajeto em um barco. Mas a graça está mesmo em curtir os peixes ao alcance das mãos, emoldurados por todas as cores e encantos do rio. A infraestrutura rústica do local inclui

restaurante, loja de artesanato, museu de história natural e piscinas para treinamento. Outra atração imperdível é o passeio pela Trilha dos Animais, onde dá para ver emas, jacarés, cervos do Pantanal, lobos-guarás, dentre outros, nos pontos de observação espalhados pelo caminho.

Cachoeira da Estância Mimosa

Trilhas percorridas com a orientação de guias especializados, pontuadas por oito cachoeiras de tamanhos variados: a essência do ecoturismo, vivenciada com muito respeito e contato com a natureza. Passarelas suspensas, piscinas naturais, plataforma de salto, pequenas grutas e até um trecho realizado por barco a remo compõem essa aventura inesquecível. Mirantes completam a experiência, mostrando a vista belíssima da Serra da Bodoquena. Na volta, um belo almoço com comida típica, preparada em fogão a lenha, espera os visitantes. Um aconchegante redário proporciona o descanso merecido, para, em seguida, desfrutar de uma agradável cavalgada.

Arvorismo Cabanas

Uma trilha de 300 metros de extensão, com altura que varia entre 4 e 15 metros, 18 obstáculos e duas tirolesas. Entre as copas de árvores centenárias, o visitante se aproxima dos animais silvestres e se aventura no contato com a natureza, interagindo com ela e se desafiando. O trajeto é percorrido em segurança, graças ao treinamento prévio e ao sistema de vagão com cabo de vida contínuo, que mantém o usuário preso o tempo todo. Indicado a partir dos 6 anos de idade.

Rio da Prata

Após um treinamento rápido, realizado em uma piscina natural, os visitantes se equipam para explorar os arredores e flutuar no Rio da Prata. Um mundo subaquático fascinante se revela, repleto de plantas e peixes: a sensação é de estar voando sobre o fundo do rio. A flutuação segue até o encontro dos rios Olho D'Água e da Prata. Nesse ponto, pode-se escolher entre continuar flutuando ou embarcar em um pequeno barco de motor elétrico. Ao final do passeio, que dura cerca de 4 horas, um delicioso almoço com comidas típicas de Mato Grosso do Sul recarrega as energias. Também é possível mergulhar com cilindros, mesmo sem certificação, mas na companhia de um instrutor.

Abismo Anhumas

Uma pequena fenda no chão é a porta de acesso para a descida vertical de 72 metros em rapel, que termina em um deck flutuante sobre um lago cristalino. É uma água límpida que alcança 80 metros de profundidade, onde é possível, por flutuação, admirar a beleza subaquática local e suas fascinantes formações calcárias. Para quem possui certificação, dá para fazer mergulho autônomo, chegando a 18 metros. É obrigatório participar do treinamento de rapel na véspera do passeio, que é acompanhado por profissionais. Pode aproveitar essa aventura quem já passou dos 12 anos.

Lagoa Misteriosa

Situada na cidade de Jardim, a 50 km de Bonito, a lagoa Misteriosa encanta com a sua transparência e profundidade. Trilha e flutuação, mergulhos com cilindro e técnico são as principais atividades disponíveis, realizadas nesse ambiente único, de um azul apaixonante. É considerada a sétima caverna mais profunda do país, atingindo mais de 220 metros de coluna d'água. Entre os meses de outubro e abril, são suspensas as atividades de flutuação e mergulho com cilindro batismo 8 metros (para iniciantes), em função da proliferação de microalgas, um processo natural, mas que compromete a transparência da água. Nesse período, a lagoa opera apenas com os mergulhos certificados.

Os passeios devem ser previamente agendados.



Fotos: Marcos Dias / Maurício Neves Godoi / Daniel De Granville / Jason Marinho



ONDE FICAR

Wetiga Hotel

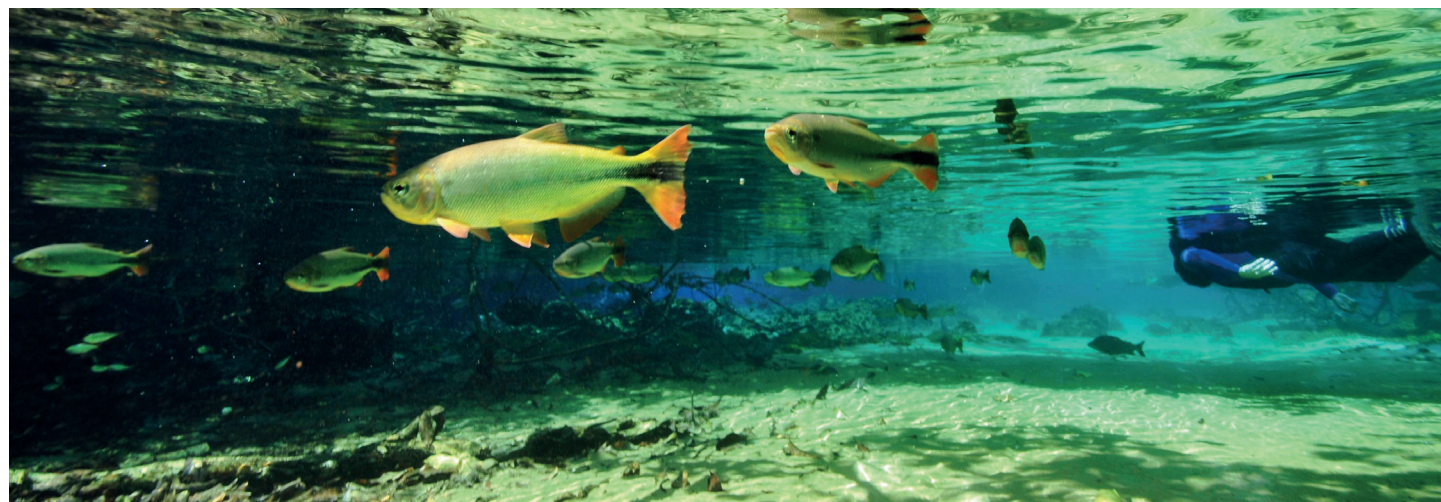
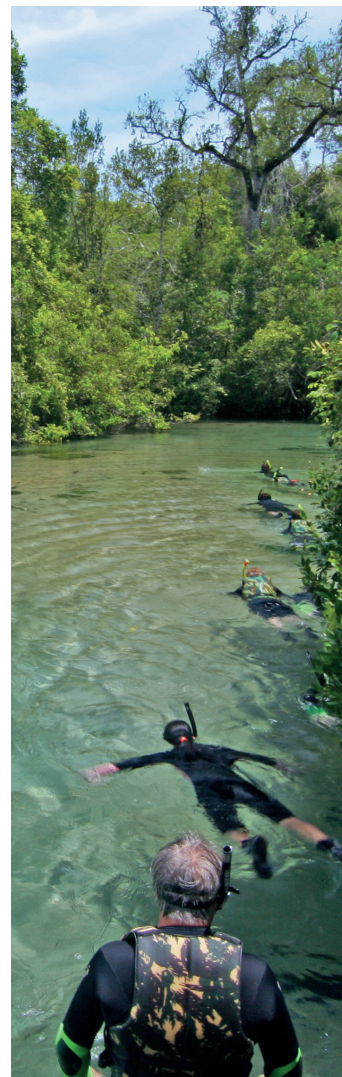
O hotel inspira-se na natureza local e na cultura indígena - Wetiga significa pedra na língua Kadiwéu. Buscando integrar-se ao meio ambiente, faz uso racional da iluminação, separa resíduos para reciclagem, valoriza o artesanato local e busca atuar com responsabilidade social na comunidade. Várias opções de lazer compõem a infraestrutura disponível, como o Caverna Bar, saunas, piscinas, espaço de relaxamento, salas de internet e TV/DVD, hidromassagem e espaço para jogos. O restaurante local atende apenas no café da manhã, quando são servidas delícias da gastronomia da região.

www.wetigahotel.com.br

Zagaia Eco Resort

Situado a cinco minutos de Bonito, o Zagaia Eco Resort possui 600 mil m² de área, incluindo piscinas, quadras, lagoa, área para golfe, SPA, trilhas ecológicas, playground e áreas dedicadas aos pequenos, sala de jogos e uma boa infraestrutura de lazer e serviços. Na gastronomia, a culinária internacional divide espaço harmonicamente com a comida típica da região – experimente mandioca frita, a Sopa Paraguaia (que, na verdade, é uma torta) e a chipa, versão do pão de queijo com sabor mais intenso, mas não deixe de fora o churrasco e os peixes.

www.zagaia.com.br



Fotos: Jason Marinho / Rafael Goês / André Seale / Acervo / Daniel De Granville / Beto Nascimento



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.



DA BICICLETA À AERONAVE

CONHEÇA A HISTÓRIA DE PERSEVERANÇA E CONQUISTAS DO EMPRESÁRIO JOSÉ CARLOS SEMENZATO

Ele tinha apenas 12 anos quando começou a trabalhar vendendo os salgadinhos que a mãe fazia nas obras em que o pai, pedreiro, trabalhava. Com 14, teve o primeiro emprego formal em uma fotocopiadora e aos 16 anos tornou-se líder de 22 pessoas. Paralelamente, aprofundou seus estudos na computação, o que o levou a fundar, anos mais tarde, a Microlins. Quase quebrou com a entrada do Plano Real, mas se reergueu transformando a empresa em franquia, tendo vendido-a em 2010. Em meados de 2011, fundou a SMZTO Participações, uma Holding Multissetorial de Franquias, dona das marcas Casa X, Instituto Embelleze, EspaçoLaser, L'Entrecôte de Paris, Mixirica, OdontoCompany, Yakisoba Factory e Rei do Picadinho. Semenzato planeja lançar mais três marcas no início de 2016.

Qual a diferença entre um empreendedor em série e um realizador em série?

Acredito que as duas coisas devem andar juntas. O empreendedor serial é aquele que sonha, que consegue enxergar onde poucos conseguem, trazendo dentro de si uma magia de liderança que contagia as pessoas para segui-lo. Com o amadurecimento e a experiência, o empreendedor torna-se realizador. Hoje me sinto maduro e pronto para enxergar as oportunidades com bastante serenidade.

Quais os principais atributos que você acredita tê-lo levado ao cargo de líder tão jovem e com tão pouco tempo de trabalho na copiadora?

Isso é talento natural, somente depois de 23 anos de idade fui descobrir que era vendedor. Com 18 anos de idade era um programador de computadores Senior, professor de 2º Grau (à época) e somente com 23 anos me descobri como empreendedor. Poderia ter passado minha vida programando micros, não que seria ruim, mas um tremendo talento adormecido.

Como identifica um potencial líder?

Tá algo difícil de explicar, mas, no meu caso, tive algumas pessoas que conseguiram enxergar em mim este dom de empreender e me motivaram a empreender - foi pura sorte mesmo. Um consultor da copiadora me deu a primeira oportunidade, depois meu segundo patrão, dono de uma construtora, Sr. Amílcar Tobias, de Lins, me disse "pode ir que você será um grande empresário". Eu acreditei e fui. Deu certo.

Certa vez, você afirmou em palestra: "Pensar pequeno atrapalha o sucesso". Pode falar mais sobre isso?

Temos que sonhar grande sim, é o mesmo esforço. Porém, quando você empreende pela primeira vez, não tem capital e nem patrimônio para perder, logo, pode ousar mais. Depois, ao conquistar algum dinheiro e escrever seu nome na história, você fica mais cauteloso e passa a ouvir mais pesquisa e planejamento, pois o erro pode custar muito caro. Mas a intuição continua sempre a mesma.

Como foi para você tomar a decisão de vender a Microlins?

Foi financeira mesmo, queria realizar minha primeira fase, como se fosse fechar para balanço e apurar o que sobraria. Hoje sinto que foi a melhor decisão, pois pude colocar meu empreendedorismo para desenvolver outros setores, além da educação.

Como surgiu a SMZTO?

Exatamente, pensando em criar pelo menos 5 histórias como a da Microlins. Hoje, depois de 4 anos, posso ver claramente que é possível, sim, construir um grupo que possa valer 1 bilhão dentro de algum tempo. Esse é o combustível, vou buscar.

Em tempos de crise, quais as vantagens em investir em

uma franquia?

O fato de a franquia ser uma réplica de algo que já deu certo, permite que o investidor corra menos risco. Claro que temos outros fatores críticos de sucesso em qualquer negócio, como o ponto comercial, gestão, produto, mas, usando a fórmula do Franqueador as coisas ficam bem mais fáceis.

Quais dos setores considera o mais promissor?

Primeiro o interessado em uma franquia deve buscar aquilo que goste, que seja apaixonado, isso facilita muito. São vários os setores do franchising que apresentam grande crescimento, como educação, beleza, saúde, entretenimento, alimentação. Minha Holding está em quase todos eles e quero cada vez mais investir naquilo que faça a diferença para o consumidor.

O L'Entrecôte de Paris possui uma unidade em Miami. Como tem sido a experiência no mercado internacional?

Nós fizemos o primeiro piloto, aprendemos muito, e agora estamos focando em abrir licenças em Shoppings, onde tenha forte fluxo de pessoas.

Qual conselho daria a um jovem que está iniciando a sua vida profissional?

Nunca abra mão de fazer aquilo que goste. Tenha o sonho como combustível para a realização. Jamais desista na primeira tentativa. Resiliência é talvez questão de sucesso ou fracasso.

Você fala muito em sonhos. A primeira bicicleta, o primeiro automóvel da família, uma vida mais confortável para os pais... De todas as suas conquistas, qual a mais importante? O que ainda falta conquistar?

Com certeza ter podido oferecer a faculdade fora do Brasil para meus filhos e dar uma vida melhor para minha família, isso bastaria. Depois vem os amigos, algo que não abro mão. Tudo de material já conquistei, agora, quero investir em gerar novas oportunidades para as pessoas se desenvolverem dentro do Franchising.

Da bicicleta ao próprio avião. Ter sua aeronave trouxe quais vantagens?

Talvez o que mais me moveu a comprar meu jato foi ter deixado de morrer mais de 50 vezes nos mais de 1 milhão de km que andei de carro pelo interior do Brasil. Hoje evito fazer mais de 100 km de carro, pois além do tempo precioso, também o risco aumenta substancialmente. Uso meu jato praticamente 100% para trabalhar. Vou nas inaugurações pelo Brasil e isso tem feito a diferença.



AGUSTA A109E POWER: A FERRARI DOS HELICÓPTEROS



O helicóptero A109 Power, fabricado pela anglo-italiana Agusta Westland, não tem só a nacionalidade em comum com a famosa Scuderia Ferrari. Criado em 1971 para ser um helicóptero comercial monomotor, o projeto, ainda no papel, foi reformulado, passando então a ser uma máquina com dois motores. Com isso, as atividades passaram a ter foco maior em transporte de pessoas, aeromédico, busca e salvamento, além de operações militares.

Tanta capacidade de adaptação rendeu ao A109 o status de aeronave multifuncional, sendo eleito o best-seller em sua categoria em 1999. Desde então, vem aumentando significativamente sua participação de mercado no segmento de biturbina leve.

Com produção contínua por mais de 40 anos, a aeronave passou por diversas modificações tecnológicas, aumentando seu desempenho e autonomia de voo. Assim, surgiu sua versão executiva, recebendo dois motores Pratt & Whitney PW206C.

O A109E possui uma grande bagagem operacional, participando de momentos de grande visibilidade como a Copa do Mundo de 2010, realizada na África do Sul, evento no qual fez parte da patrulha e missões de emergência.



O bimotor é extremamente valorizado na área executiva, tanto pelo seu excelente desempenho, quanto pelo seu design luxuoso e sofisticado e é considerado uma das estrelas da aviação civil.

Em meados de 2008, o helicóptero já fornecia serviço para 46 países, cativando cada vez mais os apaixonados pelo setor de aviação. No Brasil, cerca de 70 unidades desse modelo estão disponíveis para o uso do transporte executivo. Sinônimo de magnificência e conforto, o A109E Power é equipado com tecnologia à prova de som e consegue voar nas condições meteorológicas mais adversas. Um verdadeiro *grand prix* nas nuvens!

Confira a entrevista com o piloto chefe Mauricio Siquera, Comandante da Avantto há 13 anos, sendo 6 desses no Agusta Power.

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

É um helicóptero bimotor bastante versátil, rápido, de dimensões externas que possibilitam pousar na maioria dos helipontos existentes nas

duas maiores capitais do país, que pode voar em condições de voo visual e em condições de meteorologia adversa com o auxílio de instrumentos.

2 - A aeronave bimotor oferece mais segurança de voo?

Tanto helicópteros monomotores quanto os bimotores são bem seguros, desde que sejam efetuadas todas as manutenções previstas pelo fabricante e respeitando seus devidos limites. O nível de segurança nos voos dos helicópteros bimotores como o Agusta tem como diferencial o fato de possuir sistemas essenciais em duplicidade, que permitem ao piloto prosseguir o voo no caso de determinadas contingências.

3 - Qual periodicidade de manutenção essa aeronave exige?

São diversas as manutenções previstas para este tipo de helicóptero: podem ocorrer por tempo de uso do equipamento (horas voadas) ou ainda por calendário.

No caso da operação da Avantto, semanalmente temos manutenções de caráter preventivo.

Seu helicóptero para o verão.

O verão chegou com novidades na Avantto: Câmbio congelado e um ano de taxa fixa incluso na aquisição das cotas dos helicópteros Colibri e Esquilo.* Fique livre do trânsito e ganhe mais tempo para aproveitar a vida!



COLIBRI
R\$ 223.316,00

COTA + UM ANO DE DESPESAS FIXAS PAGAS



ESQUILO
R\$ 378.670,00

COTA + UM ANO DE DESPESAS FIXAS PAGAS



Você na praia em 30 min.

Você à frente do tempo

Com a Avantto, você multiplica seu tempo, além de ter 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.



*Promoção válida por 90 dias ou até acabar o estoque de cotas, que é composto por 3 cotas para cada modelo.



UMA NOVA ABORDAGEM PARA A INOVAÇÃO NA FORMA DE FAZER NEGÓCIO

Por Nicola Calicchio

Na era digital, os modelos de negócio estão sendo atacados. Eles não são mais tão duráveis como eram no passado, e estamos vendo em todas as indústrias competidores criando rupturas. Os exemplos são extensos, como no caso do Uber, Bitcoin, EdX, AirBnB, Whatsapp, Coursera etc.

A questão não é mais se sua indústria será afetada, mas como e quando. Neste sentido, em vez de ficar esperando sentado, as empresas líderes deveriam pensar em como se reinventar antes que outros o façam por elas.

O problema é que nestas empresas existem premissas, muitas vezes implícitas sobre como se ganha dinheiro, que são tipicamente invioláveis. No varejo, por exemplo, acredita-se que o poder aquisitivo e o formato são determinantes para os resultados. Na telecomunicação, a retenção de clientes e a receita média por usuário são consideradas fundamentais. Os ativos e a regulamentação definem o retorno no setor de petróleo e gás. E aí por diante.

A chave do problema para conseguir inovação em sua empresa é formular uma hipótese radicalmente nova, que ninguém acredita, pelo menos na sua indústria. Dentre as empresas que repensaram as crenças do setor, estão:

E como inovar?

- **Apple:** e se os consumidores quiserem adquirir produtos eletrônicos nas lojas, mesmo após a Dell tê-los ensinado a preferir a compra direta?
- **Amazon Web Services:** e se você não precisar ter sua própria infraestrutura?
- **Wikipedia:** e se você conseguir fazer as coisas em partes acessando uma força de trabalho global de pequenas contribuições?

Comece examinando os elementos-chave do seu modelo de negócio: relações com clientes, atividades e recursos, estruturas de custo e fontes de receita. Dentro de cada um destes elementos, há inúmeras possíveis inovações dos modelos do negócio. Depois de analisar centenas destes elementos em uma vasta gama de indústrias e geografias, descobrimos que os temas que dão certo têm um denominador comum: a digitalização do negócio, envolvendo as interações com seus clientes, atividades que sua empresa faz, propriedade de recursos e estruturas de custos.

Inovando a relação com clientes: da lealdade ao empoderamento

Na era digital, os consumidores estão empoderados por ferramentas digitais e por uma vasta rede social que fornece informação, muitas vezes melhor que as próprias companhias o fazem. Em vez de combater essa tendência, as empresas deveriam aceitar o paradoxo de que a melhor maneira de reter clientes é libertando-os.

Empresas sólidas também podem desfazer-se do conceito de fidelidade e aderir ao empoderamento. Pense no setor de previdência e seguros, que há muito tempo é regido pela crença de que decisões de investimento complexas devem ser feitas por especialistas em nome dos correntistas. Uma multinacional de previdência e seguros reformulou essa crença e propôs o oposto: e se os clientes preferirem tomar suas próprias decisões de investimento? A empresa passou a oferecer aos clientes informações de investimento e ferramentas de decisão virtuais, acompanhadas dos devidos alertas sobre riscos. Desta forma, os clientes podem investir uma porcentagem do seu dinheiro diretamente em empresas de sua escolha. A iniciativa é recente, mas a aceitação dos clientes e a rentabilidade dos produtos têm grande potencial.

Inovando em relação aos recursos: da propriedade ao acesso

Uma crença difundida no mercado é a de que as empresas se mantêm competitivas ao terem os ativos mais importantes para sua estratégia. Ou seja, a vantagem competitiva decorreria da propriedade de ativos e recursos de valor. Mas e se os ativos forem utilizados com pouca frequência? Nesses casos, a tecnologia digital, ao aumentar a transparência e reduzir os custos de busca e transação, permite novos modelos de consumo colaborativo, com maior geração de valor. Para o consumidor, temos o exemplo do Uber, que permite que qualquer motorista com um veículo qualificado ofereça serviços de táxi. Os programas de compartilhamento de casa ou quarto aplicam o mesmo raciocínio a imóveis parcialmente utilizados. Esta mudança com foco no acesso reflete uma mentalidade cada vez mais observada na sociedade, voltada para modelos de open source.

Inovando em custos: dos custos baixos ao sem custo

Segundo o historiador Peter Watson, o ser humano comercializa bens e serviços há mais de 150 mil anos. Ao longo desse tempo, sempre

acreditamos que para vender mais, tínhamos que produzir mais. Assim, qualquer aumento na produção exigia um aumento proporcional de mão de obra, recursos e equipamentos. Apesar das vantagens relacionadas ao volume refletirem em um menor custo médio por unidade, a economia de escala nunca zeraria esse custo.

A digitalização reformula esta crença de forma drástica. Inclusive, de todas as reformulações aqui discutidas, esta é a que tem o impacto mais devastador, já que pode destruir setores inteiros. O que está zerando os preços é o pensamento de que diversos clientes podem utilizar bens digitais simultaneamente, o que pode ser reproduzido a um custo marginal zero. Grandes cursos online gratuitos, por exemplo, oferecem educação a custo quase zero.

Pense nos efeitos disso sobre a telecomunicação, onde a crença dominante é que o valor é melhor capturado através da economia de escala. Uma empresa de telecomunicações está derrubando esta convicção, oferecendo aos clientes uma opção "fale à vontade". A empresa se deu conta de que o uso ilimitado de serviços de voz e texto não implica em custo maior por si só, por isso ela pode competir com os concorrentes de VOIP, cada vez mais presentes. Assim, a empresa passou a oferecer planos ilimitados de texto e voz, focando seu modelo econômico nos lucros decorrentes do uso de dados e de investimentos em uma ampla rede de dados e capacidade de armazenamento. Esses planos acabam com a confusão dos clientes e aumentam sua satisfação.

Naturalmente, uma vez que você estiver convencido de que sua ideia funciona, existe sempre o drama da transição do modelo de negócios atual para o novo, e isso costuma exigir uma coragem considerável, além de um timing preciso.

No fundo, a história mostra que as grandes empresas costumam ter dificuldades para inovar seus modelos de negócio, mesmo com o advento da tecnologia digital, que colocou a inovação do modelo de negócios no topo da pauta corporativa. Ainda assim, as grandes empresas também podem romper barreiras se conseguirem identificar e superar crenças ortodoxas comuns, porém limitadoras, sobre como conduzir seus negócios.

DESDE OS PRIMÓRDIOS

DO DESLOCAMENTO POR NECESSIDADE AO ESPORTE DE ALTA PERFORMANCE, A CANOA MANTÉM SUA IMPORTÂNCIA ATRAVÉS DOS TEMPOS



Meio de transporte aquático mais antigo de que se tem conhecimento, a canoa auxiliou o homem a caçar, pescar e até a lutar. Desde 1840, quando o escocês John McGregor construiu uma canoa inovadora, a batizou de Rob Roy e saiu navegando pela Europa e Oriente Médio, popularizando a novidade, a embarcação passou a ganhar ares mais esportivos. Pouco mais de 20 anos depois, era fundado em Londres o Royal Canoe Club, primeiro clube de canoagem e, em 1924 surgia a Federação Internacional de Canoagem, responsável pela modalidade no mundo todo.

Nesse universo, cabe uma distinção: canoa e caiaque, além de serem duas palavras etimologicamente diferentes, definem embarcações distintas, tanto na origem quanto na forma. E, embora as associações de canoagem normalmente utilizem em seus nomes apenas a palavra canoagem, é importante saber que o caiaque também é usado. Outro detalhe: quem pratica o esporte é canoísta, termo que vale para o caiaque e para a canoa.

São diversas as modalidades do esporte: Paracanoagem,



Canoagem Descida, Canoagem Maratona, Canoagem Oceânica, Canoagem Onda, Caiaque Polo, Rafting, Rodeio/Freestyle, Va'a, Canoagem Tradicional, Canoagem Velocidade e Canoagem Slalom. Apenas as duas últimas são modalidades olímpicas – a primeira, desde 1936 e, a segunda, desde 1972, mas com alguns anos fora do programa.

Praticada em rios ou águas calmas e com raia demarcadas, a Canoagem Velocidade é uma modalidade essencialmente de competição. Envolvendo distâncias que variam entre 1.000, 500 e 200 metros, pode ser praticada nos caiaques, onde rema-se sentado com um remo de duas pás, ou na canoa, onde o canoísta apoia-se no assoalho com um joelho e usa remo de uma só pá. As classes de embarcações são padronizadas pelas regras da Federação Internacional de Canoagem e variam quanto à quantidade de pessoas (de uma a quatro), comprimento máximo e peso mínimo.

Já a Canoagem Slalom prevê um percurso em corredeira (natural ou artificial) de águas rápidas, em distâncias que variam de 250m a 400m de extensão, definidos por 18 a 25 balizas, também conhecidas como portas. O canoísta deve

percorrê-las sem faltas e no menor tempo possível, de canoa ou caiaque. Ele deve passar pelas balizas verdes na descida do rio e nas de cor vermelha, na subida, o que desafia constantemente o atleta a mudar de direção, seja para cumprir a passagem entre as balizas, seja para se beneficiar das ondas, correntezas e refluxos. Um a um, os barcos largam, com uma distância aproximada de um minuto entre eles – a não ser que se trate de uma prova de equipe, onde três embarcações fazem simultaneamente o percurso. O posicionamento do atleta varia conforme o barco, assim como na Canoagem Velocidade.

Fora do ambiente competitivo, o canoísta brasileiro Pedro Oliva é destaque mundial entre os praticantes do esporte. Ele percorre o globo atrás de cachoeiras e rios e está sempre atrás de novos desafios e recordes. Confira a entrevista a seguir, concedida à Avantto Lifestyle Magazine, na qual o atleta fala mais sobre o esporte e suas façanhas.



CAÇADOR DE CACHOEIRAS

Colecionador de conquistas, Pedro Oliva, 33 anos, tem muita história para contar. Ele, que foi detentor do recorde mundial de altura em salto de cachoeiras com caiaque, já percorreu praticamente todo o Brasil em busca de desafios criados pela natureza. Também já participou da Seleção Brasileira de Rafting, sendo bi-campeão mundial na categoria e hoje atua no programa Kaiak, exibido pelo canal Off e o único inteiramente dedicado ao tema. Tantas viagens e aventuras criaram uma relação mais profunda com os rios, levando-o a projetos que conciliam o caiaque com a educação e o estudo científico (rendendo dados nunca antes coletados) e com uma atuação positiva nas comunidades ribeirinhas. Conheça mais essa trajetória de coragem e superação.

Quais os recordes batidos e qual foi o mais especial?

O Recorde Brasileiro foi em 2005 - meu primeiro recorde em salto de cachoeiras. Em 2007, estava entre os principais do mundo saltando cachoeiras próximas a 30 metros e, em 2009, o mais especial deles, foi saltar a cachoeira do Salto Belo, no Mato Grosso, Brasil, de uma altura de 40 metros, aproximadamente 13 andares.

Quais modalidades pratica? Qual prefere?

Além do caiaque, ainda pratico Stand Up Paddle, Surf e Skate. Gosto muito de esportes no geral. Sou apaixonado por todas as modalidades, mas são essas com as quais frequentemente tenho mais contato.

Como escolhe os próximos desafios a enfrentar?

Tenho um plano, sonho e metas elaborados ao longo da vida, muitos deles trazidos desde a infância. Sigo perseguindo a realização deles preocupado em atuar de forma que minhas ações tenham consequências para um futuro ambiental promissor. Nas aventuras, meus destinos são escolhidos por uma equipe de pessoas e levamos em consideração descobertas de regiões que nunca tenham sido exploradas nas áreas mais isoladas da Terra. O clima e a época do ano são fatores importantes para a tomada de decisão.

Já passou por algum apuro? Como foi?

Já passei por vários apuros – são, sem brincadeiras, inúmeros, quase que

incontáveis. O principal deles foi ter ficado praticamente refém de uma aldeia de aborígenes por aproximadamente 11 horas, na Nova Bretanha, terra conhecida como a “dos últimos canibais”. Em outro momento, na África, fomos abordados por um grupo de violentos seguranças de áreas privadas. Em ambas as situações, foi claro que corremos risco de vida, mas o diálogo e o caiaque nos colocaram em posição amigável para prosseguirmos.

Os maiores riscos que corri, acredito que foram em relação ao próprio ser humano, nos rios e nas cachoeiras. Claro que tivemos alguns momentos muito intensos, como na recente expedição de caiaque, na mesma Nova Bretanha, onde estivemos durante 13 dias passando por 13 desfiladeiros imensos em meio ao desconhecido.

Como está o andamento do Projeto Cápsula? (O Projeto Cápsula, em sua primeira fase, visa registrar dados inéditos sobre cachoeiras com um protótipo. A segunda etapa consiste em fazer uma cápsula no tamanho compatível para ser tripulada, porém ainda como um equipamento sem tripulação. Na terceira fase, a Cápsula poderá abrigar o canoísta para reproduzir o feito de Anne Edson Taylor, que em 1901 saltou as cataratas do Niágara dentro de um barril de madeira, e ainda explorar as novas possibilidades que o equipamento permitir).

O projeto cápsula gerou um grande benefício para a sociedade - este é o

mais recente balanço. Estamos trabalhando em parceria com o INPE (Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais), que considerou como primeiro passo para a elaboração da cápsula, a instalação de instrumentos de coleta de dados no próprio caiaque para a navegação de um importante rio brasileiro, algo primordial. Fizemos então a navegação dos 1137 km do rio Paraíba do Sul, que corta os estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro e, através destes instrumentos, coletamos dados amostrais inéditos, com uma qualidade ainda não conhecida pelo meio científico, que trouxe muitos avanços para a comunidade científica e social. Este foi um dos primeiros passos para ajudar a elaborar um veículo tripulado para ser lançado em cachoeiras ou de alturas significantes para aterrissagem na água.

Qual foi a aventura que mais o marcou?

A aventura que mais me marcou foi no Havaí: as 7 ilhas do arquipélago nos proporcionaram muito mais que ondas gigantes e paisagens exuberantes. Saltamos inúmeras cachoeiras, dos mais diversos níveis de dificuldade e altura, a mais alta de 37 metros! Outro momento que marcou para sempre minha carreira foi ter surfado ondas no mar, que se chocavam diretamente com a lava vulcânica, formando imensas cachoeiras de fogo desaguando diretamente no mar.

O projeto Cachoeiras já rendeu bons frutos? (Projeto do atleta em parceria com o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), para estudo ambiental da bacia do rio Paraíba do Sul. A partir dos dados coletados, são geradas informações que podem levar ao desenvolvimento de políticas públicas sustentáveis que visem manutenção e proteção da qualidade da água do rio.)

O projeto Cachoeiras rendeu ótimos frutos desde sua concepção, na execução e agora, após o encerramento da fase de campo. Os resultados amostrais estão causando grande admiração pela comunidade científica por termos integrado o esporte à ciência e à sociedade e, principalmente, por ter transformado o caiaque em uma plataforma de coleta de dados resultando em uma eficiência inédita.

Temos dados que mostram o rio em um eixo longitudinal de 1000 km, através de gráficos e cores, que apontam toda a bacia e a qualidade da água e do ar. Aos poucos, estes resultados estão sendo disponibilizados e utilizados pela sociedade para um novo olhar sobre o rio. Já temos planos para o próximo projeto, além de unir as três plataformas, científica, esportiva e social.

Dia 20 de novembro de 2015 aconteceu o seminário de encerramento da fase de campo do projeto rio Paraíba do Sul, marcando também a abertura da nova fase, que contempla o retorno nas comunidades e divulgação do material e pesquisas geradas ao longo do percurso.

Como você calcula os riscos ao se aventurar por rios inexplorados?

Os riscos são mensurados desde o planejamento: com de mapas e imagens de satélites, elaboramos um plano detalhado do percurso que queremos cruzar. Ao longo do trajeto, vamos nos adaptando de acordo com as necessidades, principalmente as que a própria natureza nos expõe e, com muito respeito e cuidado, avançamos passo a passo - claro que, com momentos de grandes desafios e risco em busca de

vitórias nesta incrível relação entre esporte e natureza.

Quais as modalidades mais difundidas na canoagem?

As modalidades mais difundidas na canoagem são as olímpicas, principalmente as de velocidade e o Slalom. A canoagem é um esporte muito plástico, bonito, a fluidez da água, a elegância e os movimentos com o remo, a ação repleta de natureza torna uma modalidade encantadora.

Como vê a evolução do esporte no Brasil?

Aparições na TV aberta, como a participação que fizemos na abertura da nova novela das 7 da Globo, Totalmente Demais, vêm impulsionando e divulgando o esporte.

Já pensou em participar de competições?

Sim, sempre me pego pensando em me tornar um atleta competitivo. Porém, a minha dinâmica de vida dificulta um pouco este caminho, devido ao foco que temos em grandes expedições que envolvem longos períodos de preparação e logística, fisicamente diferentes das necessárias para competir. Espero, na minha carreira, em um bom momento, encontrar este equilíbrio e ter boa performance competitiva.

Quais os planos para 2016?

O ano que vem está repleto de planos. Daremos continuidade aos projetos que estamos atuando já há alguns anos, como por exemplo, a série Kaiak, no Canal Off, além da volta da série Senhores das Águas, exibida no Esporte Espetacular. Temos grandes desafios pela frente e novos destinos. Por ora, estamos surfando a onda dos resultados alcançados em 2015, como o prêmio que acabamos de receber como expedicionários do ano, pela National Geographic: o Oscar do segmento no mundo!





LIDERANÇA EM NEGÓCIOS FAMILIARES

Por Anna Carolina Koch

Empresas familiares representam uma fatia importante da economia global. Nomes como Walmart, Cargill, C&A, Barilla, Ayala, Votorantim e Gerdau são alguns dos inúmeros exemplos ao redor do mundo. Apenas para se entender a sua relevância, elas representam um terço das 500 empresas da Standard & Poors e mais de 60% das maiores corporações do leste da Ásia e da América Latina. Porém, atingir o sucesso no longo prazo para estas empresas não é algo trivial. De acordo com o Family Business Institute, somente 30% dos negócios familiares conseguem sobreviver ao processo de sucessão para a segunda geração, e este número cai para 12% e 3% na passagem para a 3ª e 4ª gerações, respectivamente. A pergunta que surge então é: o que está por trás daquelas que conseguem sobreviver a sucessivas gerações?

Embora possam existir inúmeras razões relacionadas à mortalidade das empresas, o antídoto para isso em geral gira em torno de um mesmo tema, simples no conceito, mas de difícil execução: assegurar boa gestão dos negócios, através de gestores competentes, o que implica na habilidade da organização de atrair, desenvolver e reter o CEO certo, assim como seus demais executivos seniores. Em outras palavras, ter um processo de gestão do top management bem estruturado, que assegure uma forte liderança executiva e sucessões planejadas.

E na disputa pelos melhores talentos, empresas familiares competem com uma variedade de empresas privadas e públicas, precisando, portanto, explorar seus elementos de diferenciação para atrair os melhores talentos não-familiares. Em um processo seletivo para uma posição de liderança em uma empresa familiar,

é comum encontrar executivos empáticos com a ideia de trabalharem em empresas de dono. Reconhecem que geralmente estas trazem mais agilidade no processo decisório, uma cultura orientada a pessoas, um sistema de valores organizacionais tipicamente forte e visão de longo prazo. Por outro lado, avaliam também potenciais riscos da posição, como: a incerteza quanto ao grau de liberdade na gestão, agenda oculta dos acionistas que pode diminuir a autoridade dos executivos, falta de dinamismo em função de uma abordagem muito conservadora ou mesmo nepotismo e decisões de negócios com muita influência emocional, em detrimento da lógica. Não raro, estes riscos são embutidos nas remunerações esperadas dos executivos, que exigem um prêmio para embarcarem em águas profissionais menos seguras.

Reconhecendo estes receios e buscando melhor entender as boas práticas adotadas por empresas familiares bem sucedidas em formar times fortes de líderes não-familiares, a Egon Zehnder e o FBN conduziram uma pesquisa global ao longo de 2014, na qual foram entrevistados presidentes de conselho e CEOs de 53 organizações com receitas acima de EUR500 milhões, provenientes dos mais diversos setores e países e, na maior parte, na terceira ou quarta geração no comando. Foram consideradas familiares aquelas empresas onde ao menos 50% do capital votante estivessem em posse de membros familiares, lhes conferindo condições de influir sobre decisões importantes.

Deste estudo, identificou-se que as empresas bem sucedidas tipicamente se atentavam para cinco dimensões em suas abordagens no processo de sucessão de liderança:

1. Entender os valores e a cultura familiar dentro da organização
2. Estabelecer um processo de sucessão de liderança estruturado
3. Definir o que é necessário no líder de empresa familiar
4. Assegurar um processo de governança corporativa claramente definido
5. Gerir cuidadosamente o processo de integração

Valores e cultura familiar

Uma das características-chave que distinguem negócios familiares de não-familiares são os valores passados de geração para geração e como estes afetam o processo de tomada de decisões estratégicas. Ter claros então quais são os valores não-negociáveis, o legado da família e como estes se traduzem em práticas, políticas e relacionamentos nos negócios é fundamental, tanto para se definir algumas características do perfil do líder como para comunicar a ele estes elementos que precisam ser cuidados e preservados pelos gestores. Uma empresa, por exemplo, que prega a valorização de seus funcionários, premiando tempo de casa e respeito nas relações, certamente entraria em conflito com um executivo que tem grande foco em resultado, mas que é pouco habilidoso no trato com pessoas.

Processo estruturado

O processo de transição para um novo líder pode fortalecer a visão e trajetória para a companhia definida pela família, ou levar a um caminho inverso de expor as divergências e trazer discórdias. Apesar da importância do planejamento da sucessão, muitas empresas falham nesse processo. Entre as entrevistadas, quase 30% consideraram somente um candidato para uma posição de alto comando e dois terços não seguiram processos estruturados.

A primeira etapa no processo de sucessão deve compreender a discussão dos acionistas para definir o perfil do novo líder, como serão avaliados e como a seleção será feita. É importante que todos estejam comprometidos com estas decisões. Não raro, famílias definem um comitê com representantes de diferentes ramos familiares para se dedicarem ao processo de seleção, sendo responsáveis por todas as entrevistas, principalmente para posições de CEO. Esses participantes devem combinar vontade e disposição para se envolverem no processo, juntamente com claro entendimento do perfil e do mandato do executivo que buscam. Nessas discussões, é natural que haja diferenças de opiniões, sendo necessárias abertura, paciência e flexibilidade entre membros da família para se conseguir chegar a denominadores comuns.

A etapa então seguinte do processo de sucessão consiste na execução da busca, em outras palavras, na identificação, avaliação e finalmente seleção do executivo para a organização.

Muitas empresas definem uma hierarquia da fonte de talentos que pode considerar desde membros da família, até candidatos internos e de mercado. Embora entre as empresas envolvidas na pesquisa, 59% possuam CEOs não familiares, as empresas familiares longevas que aceitam membros da família em suas posições executivas costumam adotar a meritocracia como abordagem de gestão. Definem, por exemplo, tempo de experiência mínima em posições executivas em outras corporações, perfis técnico e comportamental que se encaixem àqueles buscados para a posição, nível salarial alinhado com o mercado e avaliações externas para assegurar imparcialidade.

Optar pela busca do sucessor entre candidatos internos, por outro lado, traz vantagens pela comprovada entrega de resultados em funções anteriores, mas não elimina a necessidade de se avaliar estes potenciais líderes. Já a busca por executivos de mercado traz a possibilidade de oxigenar e transformar a empresa, ao trazer uma bagagem nova de experiências, desafios e visão de mercado, mas costuma envolver um esforço maior para identificar os potenciais candidatos.

Perfil do líder

Mas como definir o perfil do novo líder? Que características precisam ter para se adequarem a um contexto de negócio familiar?

Avaliando os executivos exitosos na pesquisa realizada e a visão dos presidentes dos conselhos, três componentes foram identificados: valores compartilhados, presença de algumas competências-chave e potencial.

CEOs de grandes organizações tipicamente passam de 6 a 10 anos em suas funções. Dado que a liderança de longo prazo geralmente é a meta, empresas familiares acreditam que o alinhamento com os valores da família é algo inegociável. Preferem abrir mão de encontrar todos os requisitos técnicos no mesmo executivo, mas assegurar o 'casamento' entre seu sistema de valores com os da organização e da família.

Já as competências-chave que um líder deve trazer consigo vão depender de fatores como a estratégia da companhia, seus desafios e posicionamento de mercado. Habilidade de gestão de mudanças, por exemplo, é crítica em empresas que passam por uma fase de reestruturação, assim como orientação a resultados é requerimento para qualquer posição de negócio. Mas além das competências tradicionais, o líder de uma empresa familiar deve trazer também características particulares. Habilidade de entender um negócio familiar é uma delas; o líder deve ter a sensibilidade para compreender as tradições e a história da companhia, traduzindo-os em como o negócio é gerido. Outra habilidade é a de atuar como mentor para a próxima geração de líderes da família, de ser conselheiro em temas de propriedade e governança.

A avaliação por competências é essencial para se entender as 'ferramentas' de liderança de cada candidato. Entretanto, basear uma avaliação somente em competências assume que o sucesso futuro pode ser previsto pela performance passada, premissa que não se sustenta quando o ambiente de negócios é volátil, complexo e ambíguo, como é atualmente.

Ao analisar dados de milhares de executivos avaliados, a Egon Zehnder identificou algumas características que são indicadores de potencial:

Insight

A demonstração deste traço está relacionada ao QI, mas ao mesmo tempo tem um escopo mais amplo. Às vezes, algumas pessoas academicamente brilhantes não são capazes de usar sua inteligência efetivamente. Elas conseguem atuar entre a "big picture" e a análise profunda da informação? Elas são suficientemente analíticas ou costumam partir do princípio de que sabem da resposta? Elas são criativas e conceituais?

Determinação

Determinação é também importante, sendo uma combinação de características. Trata-se da vontade do indivíduo em assumir riscos, em perseguir seus objetivos em situações desfavoráveis. Não estamos falando apenas de obstinação, mas de inteligência em encontrar a maneira mais produtiva e mudar a situação quando necessário. Finalmente, estamos interessados em como as pessoas recuperam-se nas adversidades.

Engajamento

Outra questão a ser avaliada é como os indivíduos se engajam com outras pessoas. Não se trata apenas de ser carismático ou de ter boas habilidades interpessoais em um nível mais pessoal, embora isso possa ajudar. Estamos considerando também a capacidade do indivíduo de pensar em como motivar, conectar e engajar grupos ou até mesmo as empresas como um todo.

Curiosidade

Finalmente, temos a curiosidade, que é a combinação de conhecimento e abertura ao aprendizado. Devemos buscar pessoas com o desejo de observar e entender, mas também aprender e mudar, como consequência.

Governança forte

Um processo de sucessão estruturado deve ser amparado e reforçado por uma governança corporativa bem definida. De acordo com o estudo, um quarto dos executivos não familiares entrevistados reportou ter preocu-

Trata-se da vontade do indivíduo em assumir riscos, em perseguir seus objetivos em situações desfavoráveis.

pações quanto a governança no momento da decisão de se juntarem às empresas familiares em que estão. A boa governança assegura limites claros de ação para o grupo executivo, gera confiança em investidores e colabora para a sustentabilidade da empresa no longo prazo.

Integração

E finalmente chegamos ao quinto fator de sucesso, referente à integração. A sucessão da liderança deve se estender para cobrir o onboarding e a integração do executivo na organização, etapa não menos importante que a busca.

Infelizmente, esta fase é muitas vezes omitida, tanto por empresas familiares como não familiares. Em uma pesquisa da Egon Zehnder de 2013 com executivos seniores ao redor do mundo, constatou-se que apenas 30% deles havia recebido algum tipo de suporte para integração às suas novas posições. Em empresas familiares, a integração bem executada é essencial tanto nos casos em que os executivos vêm da família como naqueles que vêm de mercado. Executivos não familiares claramente se beneficiam de terem como mentores os membros familiares tomadores de decisão. Estes devem ainda enviar um sinal para a organização de que o novo executivo conta com o suporte deles. Como parte desse processo, deve-se buscar ajustar quaisquer definições pouco claras de papéis e responsabilidades que possam causar algum atrito enquanto acionistas e gestores se ajustam ao novo líder.



PISSANI
— MASSAS GOURMET —

A massa de escolha dos grandes Chefs



SÃO PAULO | RIO DE JANEIRO | BRASÍLIA | GOIÂNIA | RECIFE | MACEIÓ | MANAUS

FACEBOOK.COM/PISSANI | WWW.PISSANI.COM.BR | @PISSANIBRASIL

LABACE SUPERA EXPECTATIVAS EM 2015

E REAFIRMA SEU TÍTULO DE MAIOR FEIRA DE AVIAÇÃO NA AMÉRICA LATINA



Entre os dias 11 e 13 de Agosto aconteceu em São Paulo a tradicional Latin American Business Aviation Conference & Exhibition (LABACE). Organizada pela Associação Brasileira de Aviação Geral, a feira definitivamente se estabeleceu como o maior evento de aviação executiva da América Latina, graças ao sucesso que tem alcançado ao longo de seus onze anos de existência. A última edição reafirmou essa reputação, atraindo quase 10.000 visitantes para o pátio do Aeroporto de Congonhas. Apesar dos rumores sobre a crise instalada no país, a resposta às vendas foi positiva, demonstrando que o setor continua crescendo, atraindo investidores e novos clientes.

A edição 2015 contou com a exposição de 154 marcas, que trouxeram ao público cerca de 50 aeronaves, incluindo as

grandes novidades no mercado, como um ATR adaptado para a aviação executiva. Também estiveram presentes fornecedores de aviônicos e serviços complementares como por exemplo softwares de controle de navegação, operadores de aeroportos privados e empresas de manutenção.

Para a edição de 2016, a expectativa é grande. Com datas já marcadas, expositores e organizadores aguardam cerca de 15.000 pessoas e mostram-se otimistas. A meta é alavancar vendas e prestação de serviços no Brasil nos próximos anos, visando o crescente mercado.

Avantto na LABACE

Desde sua primeira participação, em 2011, a Avantto é uma das empresas de destaque da feira. A grande aposta apresentada oficialmente durante a LABACE 2015 foi a parceria com a canadense ACASS. Com uma ampla rede de distribuição, a ACASS atuará junto à Avantto, auxiliando clientes a obter sucesso na compra e venda de aeronaves. "Acreditamos que, em um ambiente onde redução de custos é a palavra de ordem e a tendência é trocar a aeronave própria por uma cota de compartilhamento, e os aviões e helicópteros dos brasileiros tendem a ser vendidos para estrangeiros. Ter ao lado uma empresa com tamanha presença internacional - com escritórios de representação em mais de 50 países - facilita essa tarefa", explicou o CEO da Avantto, Rogério Andrade.

Unindo conforto e estilo, a Avantto recebeu clientes e colaboradores em seu stand, onde conferiram a exposição da aeronave Phenom 100. O amplo espaço ofereceu aos visitantes um bar especialmente patrocinado pelo resort e principal cadeia de cassinos do Chile, Enjoy Conrad. Além disso, o evento marcou o lançamento da 4ª edição da Avantto Lifestyle Magazine. O clima de comemoração contou com parcerias como Belvedere Vodka, Massas Pissani e Mestre Queijeiro para um coquetel leve e requintado.



Conhecido por muitos anos como símbolo da gastronomia portuguesa em São Paulo, o Antiquarius volta à cidade, com um conceito mais moderno em um ambiente mais leve e um menu com os clássicos que sempre fizeram sucesso e novidades.

HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

Segunda-feira, das 19h às 0h
 Terça a quinta-feira, das 12h às 15h e das 19h às 0h
 Sexta-feira, das 12h às 16h e das 19h às 1h
 Sábado, das 12h às 1h
 Domingo, das 12h às 17h

Alameda Lorena, 1040 – Jardins
 Entre a alameda Casa Branca e rua Peixoto Gomide

Telefone 2638-0938





A VIAGEM DO ANO

O JAPÃO É O DESTINO DO MOMENTO E FOI A MINHA VIAGEM INESQUECÍVEL EM 2015

Por Tomas Perez



2015 ainda não terminou, mas já dá pra fazer um balanço deste ano. Foram muitas viagens, todas incríveis, porém uma me impactou demais. Conhecer o Japão foi a minha experiência mais fascinante, daquelas que nem de longe é exagero chamar de inesquecível. Impressionante como mesmo em São Paulo, onde convivemos de perto com a maior colônia japonesa fora do Japão, ainda se conhece pouco sobre a terra do sol nascente, seus costumes e sua cultura mais tradicional. Se pensarmos bem, ainda viajamos pouco para lá. A boa notícia é que agora está mais fácil chegar ao outro lado do mundo e alguns fatores são decisivos para nos animar: a maior oferta de voos e companhias aéreas cumprindo rotas para o Oriente, a desvalorização do lene, a abertura da rede hoteleira japonesa mais tradicional para os estrangeiros... Experimente se hospedar em um ryokan, que antes era exclusivo para os visitantes internos, onde ninguém fala inglês, para sentir de perto



a atmosfera do país no seu estado mais puro. Sem dúvida, um dos highlights da viagem e onde o Japão real mais se faz presente!

O meu roteiro incluiu Tóquio, Kanazawa, Kyoto, Naoshima e Teshima e todas me pareceram absolutamente incríveis e recomendáveis. Em Tóquio, ficar seis dias se mostrou pouco. A cidade é grandiosa, uma das maiores metrópoles do planeta, com uma oferta inacreditável de atrações culturais e bons restaurantes. Sim, come-se muito bem por lá. E não só nos restaurantes estrelados. Procure por lugares frequentados pelos moradores locais – são neles que estão as melhores descobertas gastronômicas.

Para quem não abre mão de conhecer a cena artsy, Naoshima é o destino ideal. Uma ilha inteiramente dedicada a instalações de arte ao ar livre, exposições, museus, trabalhos de novos artistas – uma espécie Inhotim oriental, que é a bola da vez no cenário artístico mundial e atração obrigatória. A poucos quilômetros de distância, Teshima abriga um museu de arte moderna, que também vale conferir pela qualidade das obras e pelo próprio prédio, projetado pelo celebrado arquiteto Ryue

Nishizawa.

Mas é em Kanazawa que o Japão é mais Japão, simbolizando o que o país tem de melhor: um povo civilizado e amável, cultura e arquitetura preservadas nos seus templos e edifícios. Kanazawa manteve sua herança feudal, mas não ficou parada no tempo. É uma ótima opção para quem quer conforto e sofisticação em um país que não se resume ao ritmo alucinado e mais ocidentalizado de Tóquio, por exemplo.

Enfim, no Japão, modernidade, tradição, civilidade e infraestrutura perfeita para receber bem os visitantes se misturam, formando um dos destinos mais interessantes e atraentes do planeta. O momento é dele!



A ENCANTADORA LUCERNA

BUCÓLICA E FASCINANTE, A CIDADE É UM CONVITE PARA ADMIRAR BELAS PAISAGENS CERCADAS POR LAGOS E ALPES

Emoldurada pelos Alpes Suíços, lagos e paisagens verdejantes, Lucerna é uma das principais cidades da Suíça. Localizada a apenas 52km de Zurique, recebe, em média, 2,5 milhões de visitantes todos os anos. Com cerca de 80 mil habitantes, é pequenina e encantadora, mas, ao mesmo tempo, possui uma vida noturna ativa. O luxo é representado pelas lojas e diversos restaurantes com cozinha local e internacional, o que lhe confere também uma atmosfera cosmopolita. Não é à toa que a cidade é considerada a capital da Suíça Central.

Ruas estreitas exclusivas para pedestres, muralhas medievais, pontes e torres exibem a arquitetura de séculos de história. Uma pausa em um dos charmosos cafés é sempre excelente para contemplar o cenário que, sem exagero, parece uma pintura.

Tanto no verão quanto no inverno, a região fascina e acolhe muito bem os turistas nos mais de 50 hotéis, que oferecem requinte e conforto para quem escolher passar um tempo nesse local tão hospitaleiro. Vale ficar atento ao calendário: festivais de música, artísticos e culturais fervilham ao longo do ano.

PARA VISITAR

Kapellbrücke (Ponte da Capela)

A ponte histórica tem aproximadamente 200 metros de extensão. Ela é ilustrada por pinturas de Henry Wagmann, ligadas à história da cidade, entre lendas, combates e outros episódios e são vistas entre as vigas ao longo da construção.

Wasserturm (Torre de Água)

Com 34 metros de altura, a torre octogonal foi construída por volta do ano de 1300 como parte da muralha da cidade. A construção (que não é aberta para visitação), já foi usada como arquivo, tesouraria, prisão e câmara de tortura.

Hofkirche (Igreja Hof)

A igreja Hof é considerada a igreja renascentista mais importante da Suíça. No século VIII um monastério beneditino foi fundado no local.

Jesuitenkirche (Igreja Jesuíta de São Francisco Xavier)

A igreja barroca foi construída em 1574 e usada como abrigo pelos jesuítas refugiados da Reforma Protestante em 1666.

Museggmauer

A série de nove torres (três abertas para visitação) compõe a muralha que circunda a cidade. Construído em 1386, o muro continua quase intacto, pois o local nunca foi afetado por guerras.

Verkehrshaus (Museu do Transporte)

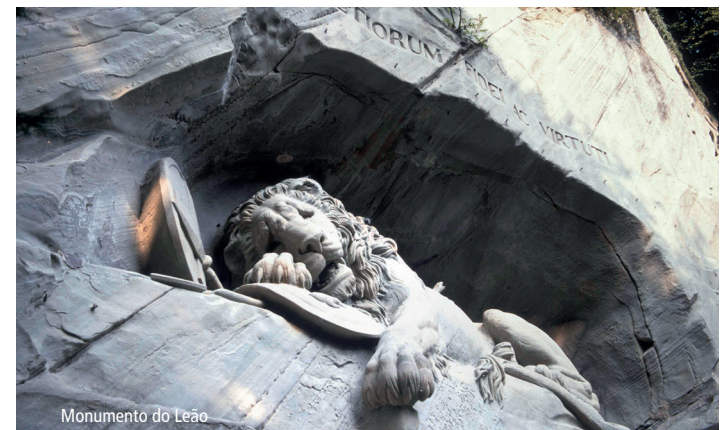
O museu abriga praticamente todos os tipos de transportes, desde os primeiros veículos motorizados a modernas aeronaves. O local é um dos mais visitados na Suíça.

Monumento do Leão

Mundialmente famoso, o monumento foi esculpido no rochedo em memória dos soldados mortos nas Tulherias em 1792.

Museu Rosengart

O local reúne principalmente obras de Pablo Picasso – amigo da fundadora do museu, Angela Rosengart –, Paul Klee e também telas de artistas impressionistas, como Monet, e modernos, como Kandinsky.





PARA HOSPEDAR-SE

Hotel Palace Luzern

O Hotel Palace Luzern é um majestoso prédio em estilo belle époque localizado às margens do Lago Lucerna. Em contraste com a fachada, os 136 quartos e suítes possuem uma decoração elegante e contemporânea. De suas janelas, é linda a vista para os Alpes e os barcos que navegam pelo lago.

Hotel Schweizerhof Luzern

Desde 1845, o hotel é gerido pela mesma família, agora na sua quinta geração. O edifício fica próximo ao centro histórico da cidade velha e possui 101 quartos e suítes elegantemente mobiliados. Também possui vista para o Lago Lucerna e Alpes.

Hotel Park Weggis

Um pouco mais afastado, localizado a 30 minutos de Lucerna e Zurique, o resort oferece 52 quartos e suítes e uma grande estrutura de SPA, que garante o máximo de conforto e

relaxamento para os seus hóspedes.

Engelberg

A apenas 40 minutos de Lucerna está o pequeno, mas não menos apaixonante, vilarejo de Engelberg, que se transforma em um resort de esqui no inverno e um centro de lazer em contato com a neve eterna em pleno verão. O local abriga o Monte Titlis, que fica a uma altitude de 3020m. Um teleférico transporta os visitantes até o topo do monte, que tem atrativos para toda a família. Visite a estação a pé, brinque nas áreas de lazer nos diversos brinquedos para crianças e adultos deslizarem na neve, caminhe sobre a Cliff Walk, a mais alta ponte de pedestre suspensa da Europa e sobrevoe as fendas da geleira com o Ice Flyer Chairlift. Na descida, de volta ao Vilarejo, visite o Mosteiro Beneditino fundado no ano de 1120 e responsável pelo nome da cidade, já que na época - conta a lenda - monges ouviram vozes anunciando o nome Engelberg, montanha dos anjos.

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



Réveillon
2016
HOTEL MAJESTIC



**PACOTE DE HOSPEDAGEM
COM FESTA DE RÉVEILLON
NO CENTRO DE EXPOSIÇÕES**

RESERVAS (48) 3231 8013
RESERVAS@MAJESTICPALACE.COM.BR
AV. BEIRA MAR NORTE, 2746 - FLORIANÓPOLIS - SC
WWW.MAJESTICPALACE.COM.BR





O COLECIONADOR DE ESTRELAS

ENTREVISTA COM MARCELO FERNANDES

À frente de cinco renomados restaurantes do cenário paulistano, Marcelo Fernandes foi um dos fundadores do Dom, com o chef Alex Atala, em 1999. A parceria durou até 2005, quando o empresário abriu mão para se dedicar a outros projetos. De lá para cá, vem colecionando sucessos e hoje comanda o Attimo e o Kinoshita, condecorados com estrelas no Guia Michelin Brasileiro, o Clos (antigo Clos des Tapas) que também está no roteiro como única indicação de restaurante espanhol e as duas Mercarias do Francês, uma em Perdizes e outra em Higienópolis (que completa 10 anos). Ainda assim, os planos de expansão continuam. Conheça um pouco da sua trajetória.

Em sua opinião, o que configura um faro apurado para o sucesso futuro de alguém? Como identificar talentos?

O sucesso é fruto do investimento pessoal, dedicação, empenho e esforço de cada um. Nosso papel é potencializar o talento das pessoas, de forma a gerar crescimento mútuo pelo direcionamento profissional. Todos nós temos talentos, habilidades e competências particulares, basta apenas lapidar estas características. Muitas vezes vemos talentos adormecidos e meu papel é projetar esses talentos para alcançar o sucesso.

Dos restaurantes que estão sob sua batuta, qual é o seu xodó?

Cada restaurante é fruto de um sonho e reflexo de uma paixão. Não seria justo classificar apenas um com esse

título, haja vista que possuo zelo, carinho, orgulho por todas as casas. Trato cada uma delas como se fosse um filho. Obviamente, o recém-nascido precisa de uma atenção maior.

Como foi receber a notícia de que Attimo e Kinoshita foram estrelados pelo “Guia Michelin” brasileiro e que o Clos consta no roteiro (do mesmo Guia) como única indicação de restaurante espanhol? Já esperava por isso?

Essa notícia foi mais uma forma de materializar e refletir a dedicação, não somente minha, mas de toda a equipe envolvida. Não tenho como verbalizar esta sensação, pois a fórmula que aplico em meus negócios é a junção de muito trabalho, potencialização de talentos, qualidade, parcerias e acima de tudo muito carinho em tudo que fazemos e acreditamos.

Recentemente, alguns de seus restaurantes trocaram de chef. Como a alta gastronomia é bastante autoral, quais são os principais desafios dessas transições?

As mudanças fazem parte da vida, pois os ciclos tem início, meio e fim. Os desafios são constantes e nos fazem crescer nos negócios. Cada chefe, cada restaurante, cada segmento gastronômico enfrenta desafios muito particulares, pois cada gestão é única. Essa dinâmica de mudança, muitas vezes, é fundamental para agradar aos paladares dos clientes, que estão sempre se reciclando conforme as tendências. Precisamos estar atentos ao que os nossos clientes estão buscando.

Quais os critérios que adota para definir o tipo de culinária em que deseja empreender?

Viajo muito nacional e internacionalmente, trabalhando em cima do que o mercado gera expectativa. Isso me faz ter motivação para ir buscando novos desafios.

Você cozinha?

Já cozinhei bastante e gosto muito disso, mas, ultimamente, tenho me dedicado mais à degustação.

Você sofre algum assédio de chefs querendo trabalhar em seus restaurantes e até mesmo abrir negócios em parceria?

Sim e me sinto muito lisonjeado com isso. Inclusive, estou sempre atento e aberto a novas possibilidades. É dessa forma que nascem bons projetos.

Usa alguma estratégia para reter os seus clientes em tempos de crise?

Qualidade, excelência e simpatia no atendimento e a certeza de, que ao entrar em uma das casas, o cliente passará por uma experiência inesquecível. Não posso achatar os preços e abrir mão da qualidade. É uma situação desafiadora, pois também não quero realinhar os preços mesmo perante a alta dos insumos, o que também inclui os vinhos.

Já tem algum novo negócio em mente? Pode falar sobre isso?

Sim. Estou muito entusiasmado com meu novo projeto, que vem ao encontro de uma realidade que estamos vivendo. Trata-se de uma tendência mundial, que visa atender toda família e abrange diferentes gerações. Posso antecipar que será na Vila Nova Conceição, onde já tenho os meus estabelecimentos.

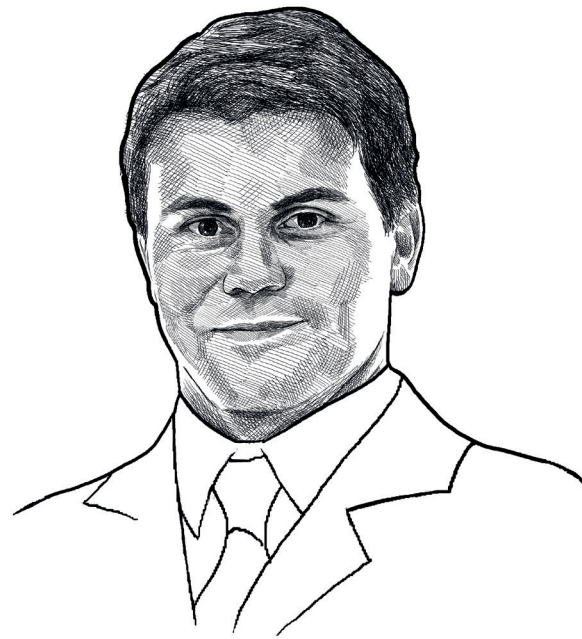
Nas suas entrevistas, é comum o tripé “atendimento, cardápio e ambiente excepcionais” aparecer mencionado por você como chave do sucesso. Nesse raciocínio, como você trabalha a gestão de pessoas e a retenção de talentos?

Diariamente somos avaliados com uma grande demanda de talentos consolidados e novos talentos em busca de oportunidades. Porém, valorizo além do conhecimento e técnica, os valores pessoais e a ética dos candidatos. As pessoas que fazem parte dos meus negócios são o cartão de visita de cada restaurante. É de extrema importância que nossos colaboradores acreditem neste sonho, assim como eu acredito. A transparência, a verdade, o envolvimento, o amor, a gestão, comprometimento e a certeza do crescimento fazem com que nossa equipe trabalhe engajada para o sucesso pessoal e profissional.

A maioria das empresas aéreas oferecem o mesmo padrão de qualidade.
A maioria das empresas aéreas não são da Suíça.

Experimente como a qualidade suíça pode fazer a diferença. Para voar non-stop diariamente para a Suíça com rápidas conexões para outros destinos na Europa, contate seu agente de viagens ou visite-nos em swiss.com





O QUE É VAIDADE?

Por Pedro Granato

Por definição, vaidade é a valorização que se atribui à própria aparência ou qualquer outra qualidade, seja física, seja intelectual. Uma avaliação muito lisonjeira que alguém tem de si mesmo e pode ser definida até como futilidade. Mas será que é tão simples? Será que não poderíamos fazer uma análise mais profunda do que seria vaidade, de como ela pode ser benéfica se encarada de uma forma diferente?

A busca pela beleza sempre esteve presente na história. Desde os registros das primeiras sociedades aos dias de hoje, houve a preocupação com a hipervalorização do belo. Vários estudos já foram feitos por médicos e historiadores, com o objetivo de entender melhor o conceito de beleza e o que sua busca desencadeia nas pessoas.

Na pré-história, era possível perceber sinais de vaidade, quando o homem começou a constituir grupos e sociedades, para fixar-se em terra. Os chefes das tribos se destacavam dos demais utilizando-se de adornos feitos com garras de animais ferozes e pinturas de guerra. Assim, conseguiam impor a hierarquia e mostravam para os inimigos que eram os mais fortes.

No Egito, homens e mulheres acreditavam que a espiritualidade estava intimamente ligada à aparência e por isso pintavam o rosto. A maquiagem passou a ser um item diário, um ritual de beleza. Utilizavam carvão e pedras moídas para destacar principalmente os olhos. Já na Grécia e em Roma, teve início o culto ao corpo. Banhos aromáticos, massagens, óleos e exercícios físicos eram artifícios para obtenção de um corpo escultural, assim como eram considerados os seus Deuses.

A grande mudança surge na Idade Média, quando a Igreja Cristã passa a condenar a vaidade como hábito pagão. E os recur-



sos de banhos, massagens e vestimentas são considerados um ato de heresia. No entanto, com o despertar do Renascimento, alguns desses hábitos voltam a tomar forças. Nas obras de artes, eram retratados rostos jovens, lembrando o ideal de beleza na Grécia.

Temos por hábito definir a vaidade como algo superficial, vazio, mas se formos analisar como ela era aplicada na história, veremos que sempre havia alguma razão para que os povos fossem vaidosos, seja para afugentar inimigos ou mesmo ficar mais perto dos deuses. A futilidade veio com o tempo, com a banalização do termo.

Acredito que a vaidade é, não só importante, mas vital para que possamos ter uma vida saudável. Sem ela, ficaria mais difícil ter algum estímulo para cuidar da saúde, manter a regularidade dos exercícios físicos e ter hábitos alimentares benéficos.

Ser vaidoso implica que a pessoa se cuide, que opte por atividades que a façam feliz, que procure estar sempre tentando melhorar. Aproveitar melhor o tempo, sem desculpas, sem se enganar, para assim se cuidar mais. Não entendo como se comportar assim possa ser visto como um defeito.

Claro que existem exageros, pessoas que têm

compulsão por cirurgia, que são fissuradas em estar sempre mais e mais fortes, que não comem porque se acham gordas. Mas, para definir casos como esses, deveríamos lançar mão de distúrbios psiquiátricos ao invés de generalizar.

É comum receber pacientes no consultório que querem melhorar tudo. Na visão deles, a maioria mulheres, todo o conjunto está ruim. Se dizem gordas, envelhecidas, e que querem ficar lindas, porque sempre foram vaidosas.

Depois de ouvir com atenção todas as queixas, pergunto o que elas estão fazendo para melhorar, como elas estão contribuindo para que melhorem. A resposta invariavelmente é a mesma: nada.

Será que essas pessoas são mesmo vaidosas? Para elas, sim, poderíamos definir vaidade como qualidade do que é vão, vazio, firmado sobre aparência ilusória, já que estão tentando parecer algo que não são.

Sejamos mais vaidosos, mas no melhor sentido, é claro.



A PROPAGANDA NOSSA DE CADA DIA

Por Mauricio Marquez

Vivemos uma era em que o *parecer ser* se tornou tão importante que precisamos ter os meios de comunicação como aliados para garantirmos que um grande número de pessoas perceba os nossos diferenciais. O fato é que tudo que colocamos na mídia pode ser para o bem ou para o mal. A mídia online, altamente abrangente e interativa, veio para provar que devemos dar mais atenção a tudo que publicamos ou falamos sobre nós mesmos e que, mais do que nunca, devemos ser responsáveis pelo que expomos publicamente. Seja em forma de comentários, peça publicitária ou um simples post nas redes sociais.

Neste cenário, é importante estarmos atentos. Afinal, o mercado está cheio de empresas e profissionais que se vendem muito bem, prometem mundos e fundos, mas na hora da entrega deixam o cliente, seu bem mais valioso, descontente e insatisfeito. No mundo do alto poder aquisitivo, este *parecer ser* é tão importante, que hoje já temos no mercado um número expressivo de prestadores de serviço especializados. Os exemplos são vários, desde o personal trainer até os consultores e coaches dos mais diversos segmentos. Todos trabalham com o mesmo objetivo: orientar e mostrar os caminhos mais rápidos para o sucesso pessoal e corporativo. Verdadeiras armadilhas de sedução, disputando cada palmo dos holofotes e da atenção pública. A regra parece ser simples: quanto mais eu *pareço ser*, melhor para mim. Essa grande vaidade ficou bem latente no recente episódio em que a esposa de uma pessoa pública ostentou pela internet seus feitos e gastos. O que *parecia ser* uma força para ela e suas alianças, na verdade deflagrou e desnudou um mundo de gastos, supostamente feitos com o dinheiro público. Este é o tipo de propaganda desnecessária a qualquer um.

A boa publicidade é a maior responsável pela percepção positiva que as empresas e pessoas tanto sonham em ter. Porém, alguns se esquecem disso ou acham que pelo fato de se venderem muito bem, não precisam investir na qualidade dos seus serviços, produtos e imagem. Uma atitude que, por muitas vezes, pode levar à perda de tudo que se investiu. E é neste momento que vemos e sentimos as orações pelas equipes criativas para que, em um lampejo, desenvolvam soluções capazes de salvar uma imagem já desgastada. O maior exemplo que tivemos recentemente deste modelo do *parecer ser* e da eficiência da má propaganda ocorreu nas últimas eleições presidenciais, em que equipes e marqueteiros se contorceram em suas tumbas (escritórios) para levar ao público o maior número de feitos de cada candidato. O resultado disso está aí: uma agravada crise econômica, política e moral. A boa propaganda pode mudar o rumo de praticamente tudo, inclusive daquilo que não faz o menor sentido. Nada resiste ao tempo... e às redes sociais (rs). O que pode *parecer ser* uma boa propaganda, se perde ao descobrir que de fato aquilo que vemos não passa de uma grande mentira.

Talvez este seja o momento de, como publicitários, repensarmos o poder que temos e como isto pode arrastar multidões para os mais diversos caminhos, agindo sempre em função da verdade e da ética.

Por isso, oremos para que a **PROPAGANDA NOSSA DE CADA DIA**, que está entre as mais respeitadas e premiadas do mundo, não se curve apenas aos ganhos e preserve a memória dos grandes nomes da publicidade que tanto contribuíram para o que o *parecer ser* seja de fato apenas uma ferramenta que reflita e exalte o que temos de melhor.

VENDA SUA AERONAVE COM A AVANTTO E COMPRE UMA COTA.



DIMINUA JÁ SEU CUSTO FIXO, AUMENTE SUA COMODIDADE E TENHA SEMPRE UMA AERONAVE DISPONÍVEL. INVISTA DE ACORDO COM SUA NECESSIDADE DE UTILIZAÇÃO. E O MELHOR: **PAGUE A COTA QUANDO VENDER A AERONAVE.*** **FIQUE COM O LADO BOM DE VOAR!**

Com a Avantto, você multiplica seu tempo, além de ter 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.**



Certificada pelo ISBAO.





A ARTE E AS FEIRAS

Por Cristina Tolovi

Com a chegada do fim do ano, e a expectativa da última feira anual, Art Basel Miami Beach, galeristas e colecionadores ainda estão com os motores aquecidos.

É verdade que a crise brasileira está demorando a atingir o setor de arte que, ainda que engatinhe comparado com os mercados europeu, americano e asiático, fortaleceu-se e ganhou visibilidade internacional na última década. “Para as galerias com bons artistas, sempre vai haver mercado” é o mantra que ronda o sistema. Ou seja, o mercado está alerta e por isso mesmo mais inclinado à internacionalização, ainda que por outro lado esteja mais caro do que nunca investir as fichas fora do país.

As feiras de arte representam, para as galerias brasileiras, uma das principais plataformas de negócios, representando 40% do total anual de vendas, segundo a ABACT (Associação Brasileira de Arte Contemporânea). Além das vendas em si, para os galeristas, a importância de uma feira é a possibilidade de encontrar com colecionadores do mundo inteiro, assim como curadores e diretores de museus e instituições das mais importantes e imprensa especializada – ainda que a concorrência seja grande. Para os colecionadores, é a oportunidade de visitar diversas galerias reunidas em um só lugar, com os mais diferentes perfis e ainda ver as ‘novidades’ dos artistas em primeira mão.

Existe hoje um circuito internacional com mais de 200 feiras espalhadas pelo mapa. Considerada a principal delas, a Art Basel, realizada na Basileia, Suíça, é também a mais antiga, este ano em sua 46ª edição. O que faz dela uma feira forte é um conjunto de fatores que vai desde uma seleção rigorosa das galerias participantes (brasileiras, apenas cinco), ter um pavilhão dedicado a instalações de grande porte, estar rodeada de instituições requintadas como a Fondation Beyeler, e ter uma localização geográfica privilegiada. Paralelamente ocorrem feiras secundárias, porém complementares, de design, fotografia e livro, as chamadas satélites.

Impressiona uma cidade tão pacata ser capaz de movimentar milhões. Além desta famosa feira, a cidade sedia outras voltadas para o alto luxo, como joias e relógios e para a indústria farmacêutica.

A edição de Miami Beach acaba por ter um foco maior nos mercados Norte e Latino Americano, enquanto a de Hong-Kong é totalmente voltada para o gigantesco mercado Asiático, naturalmente. Para os amantes de antiguidades, a feira Tefaf, em Maastrich, Holanda, e Frieze Masters, em Londres, Inglaterra são como visitar grandes museus como o Louvre, em Paris, ou o Metropolitan, em Nova Iorque. Lá é possível encontrar (e acredite, comprar!) relíquias de dinastias chinesas e egípcias de quatro mil anos atrás, e também o último exemplar de um Rembrandt que será comercializado em mãos particulares, por exemplo. A Frieze também conta com uma edição americana em NY.

Um recorte dentro deste circuito é o Latino-Americano, que começa em fevereiro com a tradicional ARCO, em Madrid, Espanha (onde uma parada no Museo Nacional del Prado e Museo Reina Sofía são imprescindíveis), e é seguida pela SP Arte, em abril. A ‘nossa’ feira que completou 10 anos, ainda tem grandes desafios para atrair colecionadores internacionais, e ainda é considerada por galerias estrangeiras uma feira local. Enquanto a Arco convidou cerca de 200 colecionadores/curadores, a lista VIP da SP Arte não passou de 50. Não entrarei no mérito de número de visitantes, pois para o mercado o que interessa durante uma feira de negócios são os potenciais compradores e não visitantes ocasionais.

A ArtBo, em Bogotá, Colômbia, acontece em outubro e atrai atenção de grandes coleções Venezuelanas, Mexicanas e Colombianas entre outros, com forte apelo para arte conceitual e politizada, mas artistas contemporâneos também têm seu devido destaque. Para fechar o ano com chave de ouro, no início de dezembro, a Art Basel Miami Beach, já citada, é responsável pela maior movimentação anual de jatinhos



Foto: Courtesy Art Basel

particulares em um aeroporto dos Estados Unidos. Isso sem mencionar as feiras que ocorrem na Argentina, Chile e Peru, além de outras paulistanas como a Feira Parte e a Arte Rio, que poderiam ser satélites da SP Arte, fortalecendo o Brasil como destino no calendário internacional.

O que acontece então, é que para consolidar-se realmente neste circuito internacional, é preciso atender aos diversos players do mercado; para as galerias, bons compradores; para os colecionadores as melhores galerias, que trabalham com excepcionais artistas e suas respectivas obras; além de uma programação cultural intensa com palestras, discussões, lançamentos de livros, exposições significativas pela cidade e como não poderia deixar de faltar: boas festas. O potencial de networking nestes dias se acentua, pois pela cidade ainda ocorrem aberturas de exposições, jantares em coleções particulares e brunchs descolados.

Quem já está habituado, consegue percorrer os pavilhões facilmente, descobrir raridades e oportunidades e fazer bons negócios. Para marinheiros de primeira viagem, a contratação de um profissional da área, como um Art Advisor, pode ajudar a fazer uma seleção interessante, de acordo com seu perfil e bolso, onde será possível ver (e comprar!) obras de Picasso e Richard Serra, a múltiplos de artistas jovens apreços mais modestos. Professores e curadores organizam viagens em grupos para visitar as feiras também.

Assim como uma viagem a um lugar desconhecido, para aproveitar tudo o que uma feira de arte pode oferecer, estudar a programação, as galerias e os artistas participantes é fundamental, ou corre-se o risco de se perder no labirinto (ou na cilada) da arte apenas como entretenimento.



Foto: Courtesy Art Basel



B52 + armamento em exposição

B-52 STRATOFORTRESS: O GIGANTE INTIMIDADOR

Mais que um ícone de guerra, o B-52 Stratofortress é um dos jatos com mais longevidade da história. Há mais de 60 anos no ar, o bombardeiro estratégico de oito motores foi a primeira aeronave de longo alcance a ter capacidade de armamento pesado nos Estados Unidos. Desde seu lançamento, esse avião da Força Aérea Americana (USAF) esteve presente em todos os conflitos em que o país participou.

A aeronave foi projetada no final da década de 1940 para atuar como arma de intimidação nuclear, mas teve como uso principal as bombas convencionais. Muito usada na guerra do Vietnã graças a sua monstruosa capacidade de carga, fazia o famoso "carpet bombing", ou tapete de bombas, que cobria uma imensa área. Durante a Guerra Fria, o gigante desempenhou um papel de extrema relevância para os Estados Unidos em sua estratégia de dissuasão do inimigo: foi mantido em contínuo estado de alerta, armado com arsenal nuclear.

Mais de sessenta anos após o seu primeiro voo, e fruto de sucessivas modificações e atualizações, o B-52 Stratofortress é ainda uma versátil plataforma, apta a desempenhar uma grande variedade de missões. Além de bombas convencionais, ele pode carregar mísseis nucleares e até drones.



Consolas dos navegadores no piso inferior (antes da modernização)



Primeiro B52A numero de cauda 52-001

Para continuar na ativa, as unidades ainda operacionais começaram, em 2014, a ser submetidas a um programa de reformas administrado pelo Combat Network Communications Technology (CONNECT), rede de comunicações de combate. As antigas telas de CRT foram trocadas por LCDs multifuncionais e uma rede Wi-Fi foi instalada para comunicação dentro da aeronave. Agora, as tropas no solo podem enviar as coordenadas do ataque diretamente para o sistema do B-52, o que agiliza o combate.

Algumas unidades receberão ainda uma atualização no compartimento de armas interno. Trata-se da 1760 Internal Weapons Bay Upgrade (IWBU), que aumentará sua capacidade de carga em 66%. A Força Aérea Americana planeja manter o B-52 funcionando pelo menos até 2040. Por essa razão, costuma-se dizer que ainda não nasceu o último piloto que assumirá os comandos da aeronave.

PROTEÇÃO PARA SUA AERONAVE É TOKIO MARINE.

Na terra ou no ar, a mesma tranquilidade.

Seja para aeronaves particulares ou de empresas de táxi aéreo, conte com as coberturas e serviços Tokio Marine para Seguro Aeronáutico Casco ou Responsabilidade Civil

(RETA). Com equipe especializada, facilidade na contratação e um toque especial de qualidade para você ter mais tranquilidade. **Dê um toque para o seu Corretor.**



**TOKIO MARINE
SEGURODORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

[f /TokioMarineSeguradora](https://www.facebook.com/TokioMarineSeguradora) | tokiomarine.com.br

O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. As condições e limitações das coberturas e serviços disponibilizados encontram-se descritas nas Condições Gerais, que podem ser consultadas através do site www.tokiomarine.com.br. CNPJ: 33.164.021/0001-00. SUSEP: N° 10.001758/01-28 (CASCO) N° 15414.000254/2011-02 (LUC) N° 15414.000255/2011-49 (RETA).

KUROTEL, UMA OPÇÃO COMPLETA

UM LUGAR PARA RELAXAR E DEIXAR EM HARMONIA CORPO, ALMA E ESPÍRITO



Pense em um lugar que reúne uma clínica, SPA e hotelaria com acomodações e serviços de luxo. Ele existe e é destino para pessoas que buscam um tempo para si, independente do motivo. Quem vai ao Kurotel encontra a expertise de profissionais e tratamentos médicos e estéticos de ponta, reconhecidos nacional e internacionalmente pelas mais respeitadas publicações especializadas.

Localizado em meio às belas paisagens da serra gaúcha, em Gramado, o local é um convite a repensar o estilo de vida. O centro médico e SPA gaúcho representa, portanto, uma alternativa para se tratar como um todo e, ainda, uma oportunidade de mudar e adotar um estilo de vida saudável.

O Método Kur começou a ser desenvolvido por Luis Carlos e Neusa Silveira em 1971, bem antes da inauguração. O foco sempre foi trabalhar a saúde de forma preventiva e transdisciplinar, antecipando tendências que viriam a se instalar no Brasil e no mundo anos depois. Hoje, o método é referência mundial e sinônimo de pioneirismo. “Nós incentivamos o paciente a fazer

a gestão do seu estilo de vida”, explica o médico Luis Carlos Silveira, fundador do Kurotel. “Com a ajuda da equipe de profissionais, o cliente reorganiza o seu modo de viver, ganhando benefícios para o seu cotidiano, para toda sua vida”.

O atendimento é personalizado e trabalha as necessidades de cada indivíduo. Os tratamentos que o Kurotel oferece são Emagrecimento, Controle do Estresse, Antitabagismo, Pós-Tratamento de Câncer, Longevidade Saudável, Pré-cirúrgico e Kinder Kur (programa para mães e bebês), sempre executados dentro da premissa de tratar o corpo, a mente e o espírito de forma integrada, com apoio da medicina, alimentação, atividade física e emoções humanas. — o que oportuniza uma existência harmônica, com saúde e felicidade.

OBJETOS DE DESEJO

Colaboração: Andréa Castro

MÚSICA VINTAGE

Totalmente retrô, a vitrola de mala da Imaginarium estimula o amor aos LPs de vinil. Ela ainda tem o plus da mobilidade, conferido graças à caixa de som integrada e a uma bateria de lítio-ion embutida, que permite até quatro horas de uso contínuo. Para quem tem uma coleção de discos, há a possibilidade de converter as músicas para o formato MP3, utilizando o cabo USB e o software para gravação e edição dos arquivos. Uma agulha extra acompanha o kit.

www.imaginarium.com.br



BUG-SE

De item comum a must-have, os chaveiros da Fendi aparecem pendurados nas bolsas mais fashionistas e hypadas do planeta. As disputadas criações peludas de Karl Lagerfeld ainda podem ser usadas como chaveiro, um mimo divertido e ótima opção de presente.

Fendi - Shopping Cidade Jardim



EM BUSCA DO FRIO

Os icônicos trench coats da Burberry, agora também produzidos em cashmere, justificam uma viagem para locais onde o frio e toda a elegância a ele agregado estão presentes. Os novos modelos, desenvolvidos com cortes icônicos da linha Heritage, já estão incorporados ao figurino de it-girls e celebs e são aposta de must-have da temporada. Disponível em quatro opções de cores: dusty peony rose, dusty mint, cherry pink e índigo.

www.burberry.com



CHOCOLATE PARA TODOS

Depois de um ano corrido e cheio de atribuições, a recompensa perfeita pode vir sob a (deliciosa) forma de chocolates. Ainda mais se vierem nessa lanterna da Chocolat Du Jour, repleta de bombons, como brigadeiro noir, caramelo ao leite, nougat crocante e bolinhas nougat. Afinal, não há Natal sem doçura!

www.chocolatdujour.com.br



BEM-ESTAR COLORIDO

Famosa por suas estampas coloridas em zigue-zague, a Missoni empresta essa característica principal para a casa e agrega aconchego ao pós-banho. O roupão Giacomo, com o colorido típico da marca, é produzido em algodão e possui capuz.

Celina Dias. www.celinadias.com.br



SÓ PARA LORDES

Ícone da elegância masculina, a abotoadura denota cuidado e sofisticação no arremate de um bom conjunto. O modelo Midnight in Paris, da Van Cleef & Arpels, além de adicionar luxo à produção, remete às noites parisienses e seus encantos. Em ouro branco, cristal de safira e aventurina e diamantes lapidação bague. www.vancleefarpels.com

PELE RADIANTE

Uma limpeza completa e eficaz da pele, sem complicações e realizada em um minuto: essa é a proposta do Luna, um aparelho com diferentes superfícies de silicone combinadas para remover impurezas e resíduos de maquiagem. A limpeza, associada a pulsações, estimula a saúde e a vitalidade da pele. O Luna é à prova, pode ser usado com cremes e loções e é recarregável — cada carga, via USB, permite usar o equipamento até 300 vezes. À venda na Sephora.

<https://www.foreo.com/pt-br/luna>



JOIA DO MAR

A coleção Seven Seas, da Van Cleef & Arpels, é um verdadeiro deslumbramento. Representada pela exuberância de faunas e floras variadas, destaca as peculiaridades dos oceanos Atlântico e Índico, bem como dos Mares Vermelho, da Arábia, Adriático, Negro, Cáspio e Mediterrâneo. Este último, representado pelo colar Flamant Corail, produzido em ouro rosé, com diamantes, safiras e um belo flamingo de asas abertas em dois tons de coral, que pode ser destacado e usado como broche.

www.vancleefarpels.com



TIMING LUNAR

O display com as fases da lua é um lembrete de quando esse era um recurso importante para medir o tempo, bem como um elemento distintivo da linha de relógios Portofino — tal como o é a numeração romana, o ponteiro feuille e o vidro da frente convexo. Atendendo à demanda por modelos de dimensões mais discretas, o Portofino Midsize Automático Fase da Lua possui uma caixa de 37mm, um mostrador suavemente cintilante em madrepérola, 12 diamantes, bracelete em pele de crocodilo e vidro em safira antirreflexo. www.iwc.com



PARA OCASIÕES ESPECIAIS

Vinho tinto de origem francesa, mais especificamente da região de Pomerol, em Bordeaux, onde a altitude e o solo (rico em argila e ferro) criam as condições ideais para a produção desse vinho refinado e bebido por poucos. Normalmente produzido com Merlot e em quantidade limitada, possui cor intensa, sabor opulento e com notas frutadas.

www.worldwine.com.br





AH, O VERÃO!

Por Cau Saad

A estação mais esperada do ano está quase aí. É chegada a hora de nos prepararmos com segurança para curtir o verão com saúde e bem-estar. Para aproveitar melhor o que essa temporada tem a nos oferecer, são necessários alguns cuidados especiais com alimentação, hidratação e outras coisas igualmente importantes (às vezes esquecidas), que devem acompanhar a chegada do sol.

Depois de suar a camisa o ano inteiro para chegar com tudo em cima no verão, é hora de se divertir, mas sempre prestando atenção. Seja aproveitando a praia ou a piscina, seja treinando ou passeando, as dicas a seguir precisam constar na cartilha dos próximos meses.

SOL: Evite exposição excessiva e tenha sempre protetor solar na bolsa.

Quando for treinar, não se esqueça de passar protetor solar à prova d'água. Os comuns podem sair com o suor.

HIDRATAÇÃO: Com o tempo quente, sol e a temperatura alta, o corpo pede mais água. Então, não economize!

Além de muita água, abuse dos produtos com filtro solar para cabelo e pele, hidratantes e esfoliantes leves para evitar o ressecamento.

ALIMENTAÇÃO: Para refrescar e evitar aquela sensação pesada, prefira alimentos leves e de fácil digestão, como



frutas, legumes, saladas, grelhados, entre outros. O corpo funciona melhor e sua performance continua lá em cima nos treinos e passeios.

LOOK: Invista em roupas que facilitem a transpiração, como tecidos leves e macios. Para treinar, siga a mesma linha. Hoje em dia, a tecnologia avançada dos tecidos ajuda a multiplicar sua performance. A escolha das cores também é importante. Evite as escuras, que absorvem o calor.

TREINO: Agora que você está a par dessas dicas para curtir os benefícios do verão com segurança, é hora de treinar. Aproveite o tempo gostoso e animador para fazer atividades outdoor.

As opções são inúmeras. Ir a parques, praças, praia, bosque, correr ao ar livre, nadar, se reunir com os amigos para o futebol ou vôlei na areia, stand up paddle, aulas em grupo... Quando a estação é o verão, não dá para ficar parado. Mexa-se!

Mas nem tudo é calor e energia. O final do ano também vem acompanhado de festas, comemorações, happy hours, petiscos, bebidas muitos brindes e até mesmo ressaca. Ser antissocial não é a saída. Dá para participar de tudo, desde que mantenha a sua rotina de treinos, sem desculpas. Vale lembrar que é importante beber um copo de água entre um drink e outro. As receitas de suco a seguir ajudam a recuperar o corpo, dar mais energia e hidratar.

SUCO PARA COMBATER A RESSACA

- 1 copo (250ml) de água de coco
- 2 fatias de abacaxi
- 4 folhas de hortelã
- 1 pedaço de gengibre
- 3 pedras de gelo

Modo de fazer: Bata tudo no liquidificador. A bebida deve ser consumida imediatamente.

Benefícios: a água de coco hidrata e é isotônica. A hortelã possui ação anestésica e o abacaxi contribui com vitamina C, que ajuda o sistema

imunológico. Por fim, o gengibre, além de termogênico, é um poderoso anti-inflamatório.

SUCO PARA DAR ENERGIA

- 1 banana-prata média
- 1 colher de sopa rasa de aveia
- 3 tâmaras sem caroço
- 300ml de água
- 3 pedras de gelo

Modo de fazer: Bata todos os ingredientes e, se quiser, finalize com um toque de canela.

A banana é rica em açúcares naturais que, aliados com a fibra da aveia, fornecem energia. A tâmara também colabora por ser um alimento bastante energético e nutritivo que contém fibras e minerais, principalmente potássio. A canela tem propriedades anti-inflamatórias e ajuda no sistema respiratório.

SUCO PARA ELIMINAR O INCHAÇO

- 1 fatia de melancia (250g)
- 3 talos de salsa (talos e folhas)
- 3 pedras de gelo

Modo de fazer: Bata no liquidificador e consuma em seguida.

Como a melancia possui 90% de água em sua composição, o suco é altamente hidratante e ajuda no combate à retenção de líquidos. O salsa, por sua vez, tem função diurética.



SIGAA TENDÊNCIA E COMBINE TERRA E MAR

Por Tássia Magalhães

Se existe uma combinação que eu adoro e tenho utilizado muito nas minhas criações é a arte de misturar proteínas do mar e da terra. Isso quer dizer que colocar no mesmo prato um filé e uma lagosta pode fazer você desejar mais opções da tendência conhecida como Surf'n Turf. Que tal dar uma chance para esses pratos?

Mesmo que ela ainda seja pouco conhecida, a técnica é antiga e há registros dela no Oriente e em todo o Mediterrâneo. Naquela época, por causa da escassez de carne, os frutos do mar eram adicionados aos molhos para que o prato rendesse mais. Mas foi em meados dos anos 60 que ela ganhou notoriedade e status de ostentação, já que misturar dois tipos de carnes nobres no mesmo prato era para poucos.

Hoje esses ingredientes são combinados pelo simples fato de ficarem deliciosos. Mas não pense que isso é tão simples. É preciso muita técnica e conhecimento para saber quais texturas e sabores vão combinar. Aqui no Pomodori, restaurante onde sou chef há mais de dois anos, criei um prato que tem feito muito sucesso, o fusili com polvo, pancetta e linguiça artesanal. Ao contrário do que parece, a textura e o sabor do polvo são ressaltados com o picante da linguiça. E fica realmente muito gostoso. Outros ingredientes que costumo combinar e dão supercerto são patê de foie gras com atum cru; terrine de foie gras com vieiras e lagostim. Também fica ótimo misturar polvo, porco e pato com arroz branco.

Vale a pena e observar os pratos que essa técnica pode originar. Como não há um manual de texturas e sabores, vai de cada chef criar a sua própria receita, o que pode abrir um novo mundo de sabores.

Réveillon

**transamérica
comandatuba**
Uma ilha com muitas histórias para contar

Exclusividade e momentos incomparáveis.



Voos fretados direto para o Aeroporto de Comandatuba. Cortesia de Hospedagem para crianças.* Pensão completa.**

Imagine começar o ano sentindo a suave brisa, as ondas do mar e a energia da Bahia com muita exclusividade, sofisticação e paisagens inesquecíveis... Isso é o Transamérica Comandatuba.

Uma experiência que fica eternizada em momentos exclusivos.

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



* Duas crianças de até 11 anos na mesma acomodação dos pais, não pagam hospedagem. **Na Semana de Réveillon, o Transamérica Comandatuba oferece regime de alimentação em pensão completa (café, almoço e jantar com bebidas não alcoólicas durante as refeições). Tarifa válida para 7 noites de hospedagem. Condições sujeitas a alteração sem prévio aviso.



BACKSTAGE

Por Marcella Kanner
Diretora de Marketing da Riachuelo

Quase meia noite de domingo. Um galpão na Vila Leopoldina com 45 modelos esperando para provarem as suas roupas, um stylist com quatro assistentes, maquiador e sua equipe a postos para fazer testes de maquiagem, equipe de produção a mil e umas 50 pizzas a caminho.

Na quinta-feira seguinte, 22 de outubro, às 10h40, as luzes da sala se apagam para deixar apenas a passarela iluminada e, por quase 10 minutos, o público assiste ao desfile da Riachuelo na São Paulo Fashion Week.

Poucas pessoas imaginam, mas o que estão vendo é reflexo de uma coleção que demorou mais de dois anos para ser criada e confeccionada, com uma equipe gigante trabalhando arduamente para o desfile acontecer.

Nessa estação, a marca firmou parceria com a Lethicia Bronstein, queridinha de várias celebridades, principalmente por seus vestidos de festas e noivas muito especiais. A coleção com a Riachuelo, teve vestidos como foco, mas trouxe também uma linha de roupas casuais, com peças como jeans, shorts, saias e camisetas, sonho antigo da estilista, mas que não cabem na sua etiqueta original.



A parceria anterior, com a Versace, foi um sucesso e, por isso, apostamos em continuar investindo em colaborações com nomes fortes da moda. Dessa maneira, é possível levar aos nossos consumidores peças grifadas a preços acessíveis, visando sempre a moda e sua democratização.

Quando tudo acaba, eu choro. As lágrimas caem por orgulho de cada pessoa que fez parte do projeto e se dedicou tanto a ele. Choro também porque tudo deu certo. As modelos brilharam, nenhum pé foi torcido, a trilha teve timing perfeito e porque fomos aplaudidos no final. Me emociono ao ser tomada por uma imensa alegria e porque a pressão que estávamos todos sentindo nas últimas semanas, finalmente se dissipou. De espírito renovado, estamos prontos para a próxima coleção!





WHAT EXTRAORDINARY
LOOKS LIKE.
THERE, UNDERNEATH
THE ICE.

BEBA COM MODERAÇÃO



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

- Gordon Brown, Wine & Spirits Magazine

EDITORIAL DE MODA



Rafaela veste macacão Adriana Barra,
sapato Shultz e óculos Bulget
Mariano veste Ermenegildo Zegna,
cinto M. Pollo e sapato Aramis
Malas Rimowa



Rafaela veste Adriana Barra e sapato Shultz
Malas Rimowa



Rafaela veste Adriana Barra e sapato Shultz Malas Rimowa

Ficha técnica

Foto: Os Criadores de Imagens – Rafael Neddemeyer e Tom Dib
Assistente de foto: Thiago Moreira
Produção: Ju Hirschmann

Beleza: Drika Lopes
Estilo: Renata Tamelini
Modelos: Rafaela Machado e Mariano Junior

Desperdício energético nunca foi uma idéia brilhante.

Reduza o consumo de energia da sua loja ou escritório com a tecnologia LED TRUST.

e entre no grupo das maiores empresas do Brasil e América Latina que fazem parte do grupo do **Dr.LED®**.



SPOT LED
Produto Exclusivo TRUST



O LED é a fonte de luz que preserva o meio ambiente, pois é livre de mercúrio e consome muito menos energia!

Conheça e saiba mais sobre essa moderna iluminação para sua loja, colabore com a natureza e reduza seu gasto com energia elétrica!

Reconhecida como uma das principais empresas do setor de iluminação, a TRUST mantém sua estratégia de pioneirismo e inovação, sempre buscando a maior eficiência e economia energética.

Descubra e conheça qual a melhor fonte de luz para seu negócio através de uma estrutura completa para desenvolvimento do seu projeto de iluminação, com departamentos de atendimento, projetos e vendas.

Traga seu projeto e comprove nossa experiência!

Dúvidas sobre LED em seu projeto?

O **DR.LED®** sabe tudo sobre a utilização correta e eficiente do LED na sua loja!

Tire todas suas dúvidas sobre LED na sua loja:
drled@trustiluminacao.com.br e curta o Dr.LED® no



trust

SOLUÇÕES PERSONALIZADAS DE ILUMINAÇÃO PARA O VAREJO



Rua da Consolação, 2180 - Tels: (55 11) 3231-1100/4506-9100

SOCIAL REVISTA AVANTTO LIFESTYLE

A AVANTTO REUNIU CLIENTES, PARCEIROS E COLABORADORES PARA O LANÇAMENTO DA 4ª EDIÇÃO DA AVANTTO LIFESTYLE MAGAZINE, NO DIA 12 DE AGOSTO EM SEU STAND DA LABACE, NO AEROPORTO DE CONGONHAS.



- 1 - Fran Hochmuller e Fernando Vorrath
- 2 - Maurício Frizzarin
- 3 - Maurício Okubo e Rudy Gatolin
- 4 - Manoel Assunção Jr, Ricardo Wakim e Rogério Andrade
- 5 - Pedro de Paula, Jaime de Paula e Rogério Andrade
- 6 - Julian Sedlmayr, Nestor Beltrame e David Worcman
- 7 - Christianne Leon e Anna Denise Miranda
- 8 - Rogério Andrade e Eduardo Sampaio
- 9 - Rudy Gatolin e Jesse Andrade
- 10 - Giampiero Colognori Jr., Erica Brasil e Leticia Ghedin
- 11 - Simone Dalessi, Stefania Rocha, Melissa Spera, Patricia Antonio
- 12 - Sergio Redó, David Worcman, Nelson Williams e Raul Garcia
- 13 - Patricia Souto e Ricardo Annunciato
- 14 - Guilherme Palhares, Luigi Longo e Rudy Gatolin



15



16



17



18



19



20

- 15 - Giampiero Colognori Jr, Ruggero Mango, Rogério Andrade, Ferruccio Bonazzi e Rudy Gatolin
- 16 - Fernando Vorrath, Mariana Coelho e Javier Velez
- 17 - Serena Ucelli e Beatriz Gerlack
- 18 - Wellington Araujo, Rogério Andrade, Fernando Cirino
- 19 - Andrea Chieregatto, Camila Spinelli, Isabela Marques, Juliana Kelkte, Regina Lynch, Patrícia Pupo, Ana Carolina Penteadó
- 20 - Marconi, Adriana, Gentil, Marcos, Luciano, Sheila e Rogério

VIVA UMA EXPERIÊNCIA INESQUECÍVEL



www.jatiucaresort.com.br
 reservas@hoteljatiuca.com.br
 + 55 82 2122 2000
 Maceió - Alagoas - Brasil

SOCIAL MACALLAN | SP

A AVANTTO REUNIU PARCEIROS E CLIENTES PARA DEGUSTAÇÃO DO SINGLE MALT THE MACALLAN AMBER, SIENA E RUBY, ACOMPANHADO DE UM JANTAR, NO DIA 21 DE OUTUBRO, NO RESTAURANTE ANTIQUARIUS EM SÃO PAULO.



1 - Rogério Andrade, Marcio Christiansen e Giampiero Colognori Jr.
 2 - Gianpaolo Morselli e Ana Paula Tomita
 3 - Fabio Fabietti e Aurelio Lopes
 4 - Gianpaolo Morselli apresentando Macallan
 5 - Julio Casarin, Maristela Basso e Sôhail Alshahab
 6 - Gianpaolo Morselli, David Worcman, Fabio Marchioni, Fabio Fabietti, Fernando Mearim, Yon Uk Chung e Rafael Lee

SOCIAL MACALLAN | RJ

A AVANTTO REUNIU PARCEIROS E CLIENTES PARA DEGUSTAÇÃO DO SINGLE MALT THE MACALLAN AMBER, SIENA E RUBY, ACOMPANHADO DE UM JANTAR HARMONIZADO POR LUCA ORINI, CHEF DO RESTORANTE CIPRIANI, NO DIA 9 DE SETEMBRO NO BELMOND COPACABANA PALACE.



1 - Gianpaolo Morselli apresentando Macallan
 2 - Rogério Andrade, Dalton Nosé e esposa
 3 - Vinicius Gonçalves e esposa
 4 - João Benet, Pedro Benet e Manoel Assunção Junior
 5 - Milton Strauss e esposa
 6 - Rogério Andrade e Boni

ORQUESTRA SINFÔNICA DE JERUSALÉM

A AVANTTO PATROCINOU A ORQUESTRA SINFÔNICA DE JERUSALÉM QUE SE APRESENTOU SOB REGÊNCIA DO MAESTRO FRÉDÉRIC "CHASLIN" NO TEATRO "ALFA" EM "SÃO PAULO" NO DIA 03 DE SETEMBRO.



- 1 - Orquestra Sinfônica de Jerusalém
- 2 - Maestro Frederic Chaslin
- 3 - Violinista Itamar Zorman
- 4 - Gilsele Toron e Alberto Zacharias Toron
- 5 - Fernando Lottenberg, Mario Fleck, Eytan Dikstein e Bruno Laskowsky
- 6 - Rita Andrade e Rogério Andrade

Foto: Talia Macluf

LAPIDAMOS O MERCADO PARA LEVAR A VOCÊ AS VERDADEIRAS JOIAS.



LOPES
IMÓVEL A



*Dias de paz.
Noites de luz.*



WWW.JULIOKUBO.COM.BR

SÃO PAULO | SHOPPING IBIRAPUERA • SHOPPING IGUAQUEMI
MORUMBI SHOPPING • SHOPPING PAULISTA
CAMPINAS | SHOPPING IGUAQUEMI • GALLERIA SHOPPING

 **Julio Okubo**

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: 2013
Número de série: 20383
Horas voadas: 1.432
Passageiros: 9



GLOBAL XRS

Ano: 2007
Número de série: 9189
Horas voadas: 2.796
Passageiros: 12



FALCON 900EX

Ano: 2001
Número de série: 89
Horas voadas: 5.553
Passageiros: 12



FALCON 900EX

Ano: 2000
Número de série: 54
Horas voadas: 6.345
Passageiros: 14



CITATION CJ3

Ano: 2005
Número de série: 28
Horas voadas: 1.997
Passageiros: 8

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

A vida é muito curta para seguir a multidão.

own your journey™



Há mais de 20 anos, a ACASS facilita a aviação executiva para aqueles que estão determinados a traçar sua rota.

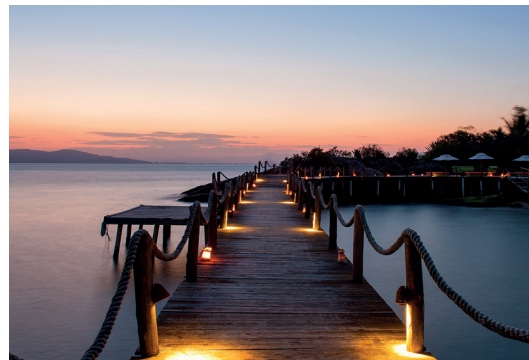
Visite www.acass.com/journey ou ligue +11-3957-0349 para uma avaliação da sua aeronave - sem custo.

Vendas de Aeronaves • Apoio para tripulação • Gestão de Aeronaves • Suporte Operacional

www.acass.com

PROGRAME O SEU PRÓXIMO FIM DE SEMANA

COM A ESTAÇÃO MAIS QUENTE DO ANO SE APROXIMANDO, OS DESTINOS NÃO PODERIAM DEIXAR DE SER PRAIADOS. SEJA NO NORDESTE, SEJA NO SUL DO BRASIL, TODOS OS RESORTS FORAM SELECIONADOS PARA ATENDER AOS MAIS EXIGENTES PADRÕES, ALIANDO NATUREZA E SOFISTICAÇÃO. COMO SEMPRE, TODAS AS OPÇÕES SUGERIDAS POSSUEM HELIPONTOS PARA QUE SEU MOMENTO DE LAZER E DESCANSO SEJA APROVEITADO DA MELHOR MANEIRA POSSÍVEL.



PONTA DOS GANCHOS

A apenas 40km de Florianópolis, a cidade de Governador Celso abriga um dos mais exclusivos resorts de praia do País. A península é privilegiada pela natureza e confere total privacidade aos hóspedes dos 25 bangalôs do complexo, que oferece várias opções de lazer, entre elas SPA, tendas para massagem, trilhas ecológicas, piscina aquecida, etc. Na cozinha, o menu se altera a cada dia, mas sempre é elaborado com alimentos 100% orgânicos. Além disso, próximo ao resort, encontra-se a Ilha do Arvoredo, melhor local para mergulho do Sul do Brasil. O alto padrão é legitimado pela chancela The Leading Hotels of the World. O hotel é restrito a hóspedes maiores de 18 anos.

www.pontadosganchos.com.br
 Coordenadas: S027°18'26" W048°33'6"
 Opera do nascer ao por do sol diariamente



COSTÃO DO SANTINHO

Ainda em Santa Catarina, no Costão do Santinho, o resort homônimo ao local é cercado por belas paisagens com morros, dunas, lagoas e o incrível mar da Ilha da Magia. O complexo possui uma completa infraestrutura de lazer, com atividades o ano inteiro para todas as idades e compreende um conjunto de piscinas aquecidas, SPA, seis restaurantes, campo de golf e muito mais. Por sete vezes, o Costão do Santinho foi premiado como melhor resort de praia do Brasil: um ótimo apelo para desfrutar de agradáveis momentos de lazer em família.

www.costao.com.br
 Coordenadas: S027°27'49" W048°22'57"
 Opera do nascer ao por do sol diariamente



TXAI

O Txai Resort Itacaré está localizado a 48km de Ilhéus, a 15km de Itacaré e a 350km de Salvador. A propriedade possui 92 hectares dentro de uma antiga fazenda de coco e cacau. Os 38 bangalôs equilibram, ao mesmo tempo, luxo e simplicidade, feitos com matérias-primas da região. A gastronomia contemporânea é marcada por elementos da culinária baiana. No SPA, atividades estéticas, terapêuticas, massagens e rituais garantem o equilíbrio relaxante entre corpo e mente. Para quem deseja explorar a região, passeios podem ser agendados e contemplam praias desertas, rios e cachoeiras, piscinas naturais e trilhas em meio a natureza exuberante.

www.txairesorts.com
 Coordenadas: S14°22'40" W39°00'39"
 Opera do nascer ao por do sol diariamente



NANNAI

Em Porto de Galinhas, o resort surpreende com seu parque aquático com 6000m² de piscinas distribuídas pela área de lazer do hotel, que oferece raias para natação e espaços exclusivos de hidromassagem, quadras de tênis, pitch and putt golf, sala de jogos, fitness center, sauna e equipamentos para esportes aquáticos como laser, caiaque, jangada e stand up paddle. O SPA proporciona tratamentos faciais e corporais, saunas e hidroterapia by L'Occitane. A gastronomia harmoniza a culinária local com cozinha internacional em seu amplo espaço com varandas com vista para o mar.

www.nannai.com.br
 Coordenadas: S008°26'5" W034°59'0"
 Opera das 07:00 às 20:00h diariamente



85 NOTAS
DE SABOR

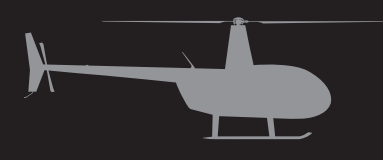
Cada dose uma
experiência única

APRECIE COM MODERAÇÃO

CHIVAS



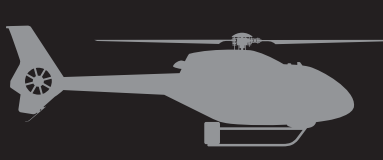
FROTA AVANTTO



Robinson R44

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

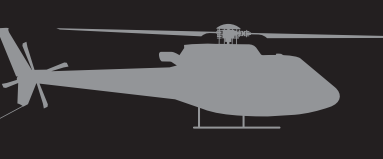
O excelente custo/benefício do Robinson R44 justifica o título de helicóptero mais vendido do mundo. Prático, ágil, perfeito para movimentação em grandes cidades, tem preferência dos executivos.



EC 120 Colibri

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

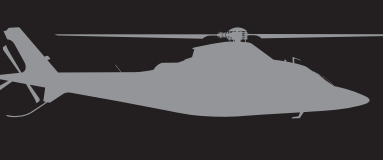
Quando as portas se fecham e o Colibri decola, você entende porque ele é considerado o helicóptero mais silencioso do mundo. O design arrojado e a cabine espaçosa garantem excelente visibilidade.



AS350 B3 Esquilo

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


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



Agusta A109E Power

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


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



Phenom 100

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

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



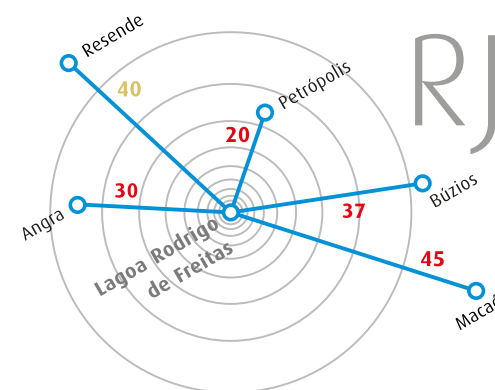
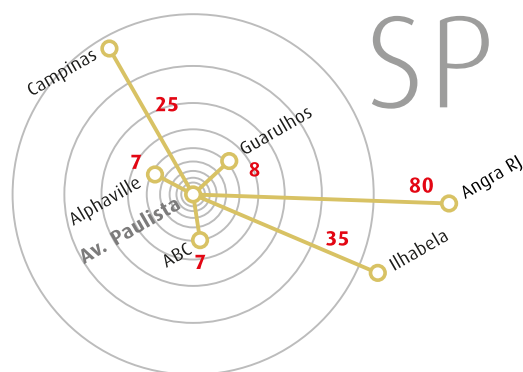
Phenom 300

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

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

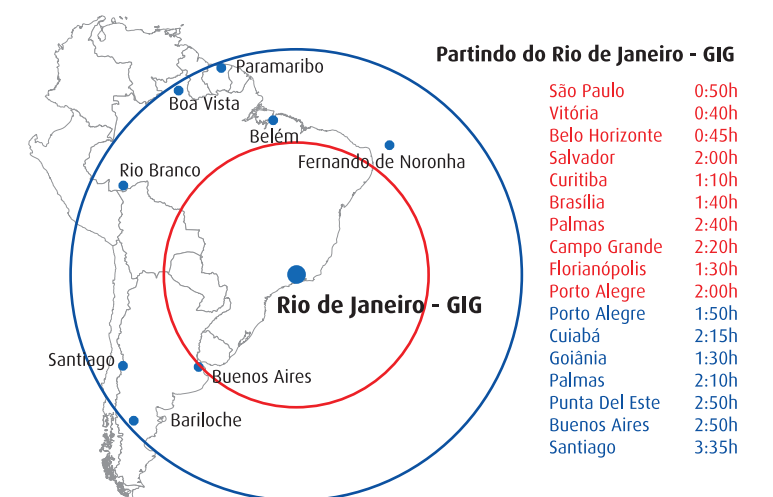
CONFIRA O TEMPO DE ALGUNS TRAJETOS VOANDO EM SEU PRÓPRIO HELICÓPTERO.

TEMPO EM MINUTOS



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

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



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 developer to a buyer or lessee. Project is being developed by Sunny Isles Beach Associates, LLC. Which has a right to use the trademark name and logo of Fortune International Group. Features, illustrations, graphics and depictions are conceptual and preliminary only and are for convenience of reference. Developer expressly reserves the right to make modifications, revisions and changes it deems desirable in its sole and absolute discretion without notice. This is not intended to be an offer to sell, or solicitation to buy, in any jurisdiction where prohibited by law. Architect of Record - ADD Inc.



**LEGENDARY BRAND,
UNPARALLELED LIFESTYLE**

The Ritz-Carlton Residences®
Sunny Isles Beach

Introducing The Club Level on the 33rd floor

Garden Bar, Private Dining, Media Room, Business Center,
Guest Suites, Library and an Exquisite Oceanfront Terrace

Oceanfront Residences in Miami from \$2.5 million



THE SKY VILLAS AT JADE SIGNATURE.
A UNIQUE, ARCHITECTURAL EXPRESSION
OF MODERN LIVING.

Designed by Pritzker Architecture Prize Winners Herzog & de Meuron

EXCLUSIVE SKY VILLAS STARTING AT \$13 MILLION



FORTUNE DEVELOPMENT SALES 1300 Brickell Avenue, Miami, FL 33131
T +1 305.776.6222 E-mail: brazil@fortuneintlgroup.com

Developed by
**FORTUNE
INTERNATIONAL
GROUP**

DEVELOPMENT AND SALES
**FORTUNE
INTERNATIONAL
GROUP**



1300 Brickell Avenue, Miami, FL 33131 | +1 (305) 776-6222 | brazil@fortuneintlgroup.com

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.

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. This is not an offer to sell, or solicitation of offers to buy, in states where such offer or solicitation cannot be made.

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.



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.



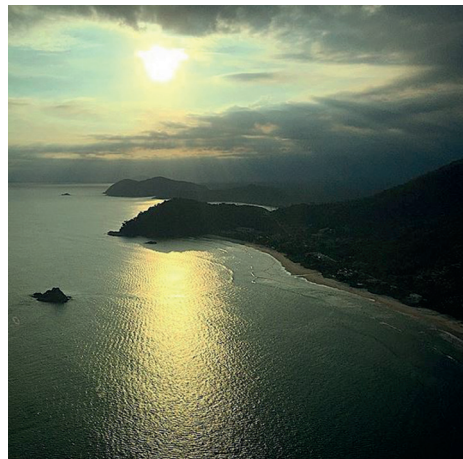
Andre Soares
@flysoares



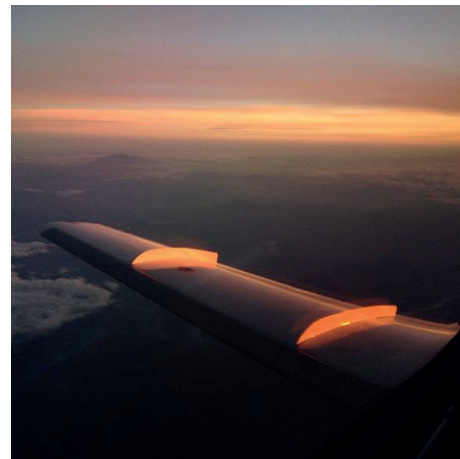
Alexandre Rodrigues
@alexandre_rps



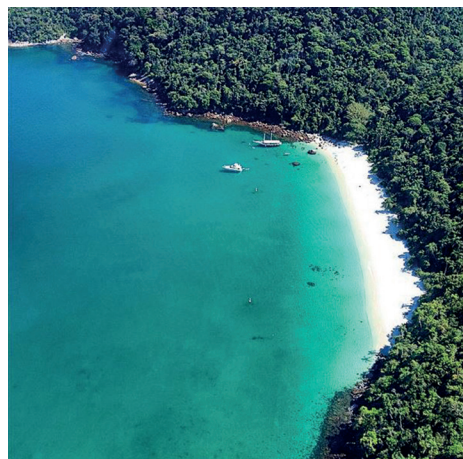
Aline Chelfo
@alinechelfo_cft



Luiz Amaral
@lamarula



Hebertt Gauss
@hebgauss



Leonardo Rebuffo
@leonardorebuffo



Mariana Coelho
@maricoelhoma



Marx Ferreira
@marx_ferreira



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.



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

Explore the collection at us.chopard.com

IMPERIALE
Chopard