



AVANTTO

LIFESTYLE MAGAZINE



Não inventamos o avião, nem descobrimos a força G ou a força centrífuga. **Mas revolucionamos a aviação executiva no Brasil com um novo modo de administrar aeronaves**, por meio de propriedade compartilhada, **para você ficar só com a melhor parte**. Agora, uma transformação chegou à Avantto: **a nossa nova marca.**



AVANTTO

— ADMINISTRAÇÃO DE AERONAVES —

Estou em todos os lugares

milgpi.com



Sua própria aeronave sempre a sua disposição para você voar com segurança, sem preocupações e por apenas uma fração do custo.

• Propriedade Compartilhada de Aeronaves • Gestão Inteligente de Aeronaves

AVANTTO.COM.BR | +55 11 5627 4200

Entre em contato com um de nossos consultores.





São Paulo: Jardins - Iguatemi - JK Iguatemi Rio de Janeiro: Shopping Leblon - Rio Design Barra
Brasília: Iguatemi Curitiba: Pátio Batel Belo Horizonte: BH Shopping
Chile: Casacostanera - Nueva Costanera 3900, TN 1032 - Vitacura - Santiago
Compre pelo site: www.rimowashop.com.br www.rimowa.com

RIMOWA®
Germany since 1898

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





Além de confiança e solidez,
temos propostas bem objetivas.

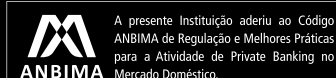
Somos um Private Banking realmente global,
que oferece assessoria no planejamento
sucessório e atendimento unificado a partir
de uma oferta integrada de fundos
e investimentos, créditos e serviços.

Porque tão importante quanto entender
de dinheiro é entender você.



QUE SOLIDEZ E TRADIÇÃO SÃO
IMPORTANTES, VOCÊ JÁ SABE.
AGORA VENHA DESCOBRIR
OUTROS MOTIVOS PARA
INVESTIR NO SANTANDER.

Conheça nossa proposta em santander.com.br/privatebanking
ou pela Central Private Direto, das 8h às 24h, todos os dias, inclusive fins de semana e feriados:
3003 7750 (principais capitais), 0800 723 7750 (outras localidades) e 55 11 3553 4156 (ligações
do exterior) – SAC: 0800 762 7777 – Ouvidoria: 0800 726 0322.



 **Santander**
PRIVATE BANKING



CARTA DO CEO

No ar, na água e em terra: a oitava edição da Avantto Lifestyle Magazine traz novidades das mais variadas searas.

No mar, a adrenalina do surfe e o destaque para a trajetória de superação do atleta Mineirinho. Ele, que se tornou primeiro brasileiro a liderar o ranking mundial, em 2011, foi o grande campeão de 2015.

O famoso Farnborough International Airshow, evento bianual, realizado no mês de julho no Aeroporto de mesmo nome, em Hampshire, Inglaterra, envolve uma grande exposição comercial e um airshow público. Esse ano, superou a marca de 80.000 pessoas e movimentou mais de US\$124 bilhões em volume de encomendas.

Para inspirar e relaxar (ou não, conforme a preferência), sugerimos dois destinos turísticos incríveis: a eterna Paris e a exuberante Foz do Iguaçu. Elencamos lugares e atividades para a família, para o casal ou mesmo para curtir sozinho em grande estilo.

Não deixe de conferir também a trajetória de Fabrício Bloisi, um dos fundadores da Movable, considerada pela Época Negócios como uma forte candidata a ser o primeiro unicórnio brasileiro – termo empregado para as pontocons com valor de mercado acima de US\$ 1 bilhão.

Você ainda vai saber mais sobre duas grandes máquinas: o pioneiro VS-300, primeiro helicóptero prático bem-sucedido do mundo, e o Colibri, cujo desempenho, conforto, baixo custo e manobrabilidade efetiva justificam a marca de 1,5 milhão de horas de voo.

Boa leitura!

Rogério Andrade

EXPEDIENTE

ANO II / Nº 8 / Agosto 2016

STAFF

CEO

Rogério Andrade

Marketing

Mariana Coelho

Publisher

Rudy Gatolin

Produção de Conteúdo

Let's Web

Jornalistas responsáveis

Érica Brasil - MTB/SP 54085
Leticia Ghedin - MTB/SP 54562

Colaboradores

Cau Saad
Christian Spremberg
Cristina Tolovi
Gustavo Franco
Manu Carvalho
Marcelo Fernandes
Mauricio Marquez
Nicola Calicchio
Pedro Granato
Tomas Perez

Projeto Gráfico - MillGPJ

Catia Borges
Diego Martins
Eduardo Araujo
Felipe Teixeira
Mariana Imbernom

Foto da Capa

Fotógrafos: Rafael Neddermeyer
e Tom Dib (Criadores de Imagens)
Modelos: Luisa Granatto e Pablo Oliveira
Produção e Estilo: Ju Hirschmann
e Miki Shimosakai
Beleza: André Florindo
Créditos: XXXXXXXXXXXXXXXX

Revisão

Érica Brasil
Leticia Ghedin

Produção Gráfica

Bandeirantes Soluções Gráficas

Atendimento - MillGPJ

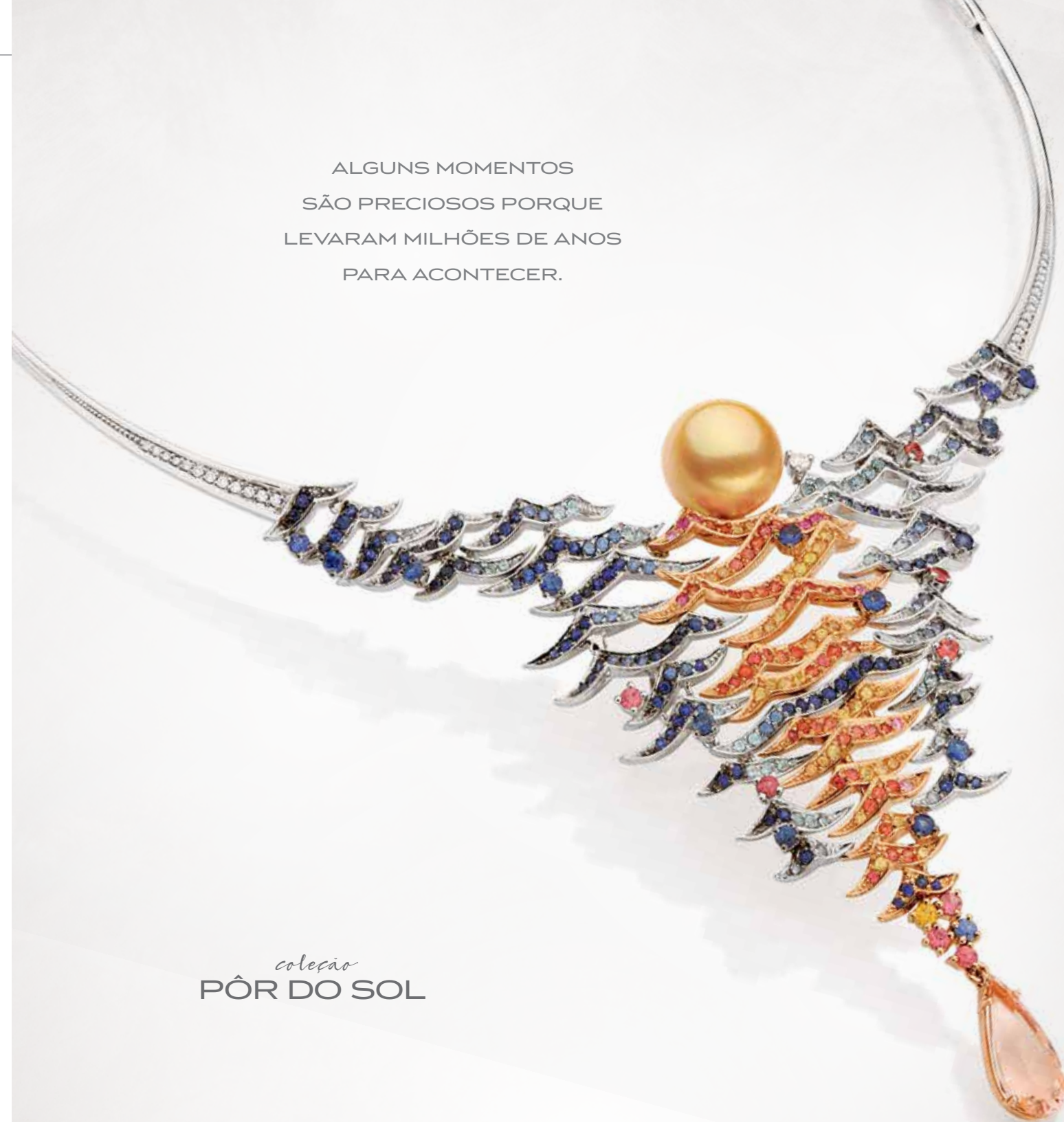
Camila Cadaval
Stephanie Teixeira

Contato

marketing@avantto.com.br



ALGUNS MOMENTOS
SÃO PRECIOSOS PORQUE
LEVARAM MILHÕES DE ANOS
PARA ACONTECER.



coleção
PÔR DO SOL



Julio Okubo

SHOPPING IGUATEMI
11 3812.8671

SHOPPING IBIRAPUERA
11 5561.9800

SHOPPING IGUATEMI CAMPINAS
19 3251.3489

MORUMBI SHOPPING
11 5181.2157

SHOPPING PAULISTA
11 3284.6590

GALLERIA SHOPPING
19 3766.5103

WWW.JULIOOKUBO.COM.BR



SUMÁRIO

TRAVEL STYLE



44

PARIS, MON AMOUR!

Eterna e amada, a cidade luz mantém-se como destino favorito de muitos

20

CONHEÇA FOZ DO IGUAÇU

Na cidade da tríplice fronteira, a força e a imponência da natureza formam um majestoso cenário

50

TRADIÇÃO E SABOR

Há 18 anos, o Vicolo Nostro oferece um pedacinho da Itália aos seus clientes

BUSINESS STYLE



36

É DO BRASIL!

A Movile é líder mundial em desenvolvimento de plataformas de comércio e de conteúdo

18

GUSTAVO FRANCO

O fim do dinheiro

28

NICOLA CALICCHIO

A liderança nos dias de hoje

34

CHRISTIAN SPREMBERG

Alavancando CEOs

AERO STYLE



62

VS-300

O primeiro helicóptero prático bem-sucedido do mundo

24

LEVE E DISCRETO

O Colibri é a prova de que simplicidade pode ser sinônimo de eficiência

38

EM TERRA OU NO AR, UM GRANDE SHOW

A liderança nos dias de hoje

90

UMA AERONAVE PARA CHAMAR DE SUA

A Avantto te auxilia em todo o processo

MY STYLE



58

CRISTINA TOLOVI

Dicas para começar uma coleção de arte

52

CAU SAAD

CORE - O que isso significa?

70

MANU CARVALHO

Como é feita a nossa moda?

74

TOMAS PEREZ

Um safári diferente

agenciament.com.br

TERRENOS DE 2.300M²

Loteamento fechado de alto padrão



TERRAS II DE SÃO JOSÉ II

A VIDA COMO DEVE SER



Em Itu - A menos de
1 hora de São Paulo

(11) 3060.8227
senparterras.com.br



QUALIDADE

Fitness Center
20 quadras de tênis de saibro
Campo de futebol
Academia de Golfe
Centro hípico
Energização subterrânea
Heliponto

Empreendimento Terras de Santa Cecília com nome fantasia de Terras de São José II. Projeto de loteamento aprovado pelo GRAPROHAB através do certificado nº 516/2005 e pela Prefeitura Municipal da Estância Turística de Itu/SP através do Processo Administrativo nº 5.946/2011 e Alvará de Licença nº 0002/2006, devidamente registrado, de acordo com a Lei nº 6.766/79, no Cartório de Registro de Imóveis e Anexos da Comarca de Itu/SP sob nº 05 na matrícula nº 66.185, tem a SENPAR - TERRAS DE SÃO JOSÉ EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS LTDA. e a ADMINISTRADORA DE EMPREENDIMENTOS SANTA CECÍLIA LTDA. como responsáveis pelo seu desenvolvimento imobiliário. Jack Nicklaus Academy of Golf, Centro Hípico, Espaço Gourmet e Heliponto são empreendimentos vizinhos e independentes, que não oneram o condomínio e estão à disposição preferencial dos clientes Senpar Terras, através do sistema de pay-per-use. Coordenação de vendas: Senpar Terras Imobiliária LTDA. CRECI J23336. Endereço: Al. Gabriel Monteiro da Silva, nº 2050, Jd. Paulistano, São Paulo SP - CEP 01442-001.



COLABORADORES

GUSTAVO FRANCO



Economia

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

CHRISTIAN SPREMBERG



Carreira

Lidera a Prática de Indústria, para a América do Sul na Egon Zehnder desde 1997, foi Presidente para o Brasil da Reifenhäuser Ltda. e Gerente Sênior de Mercado da Divisão de Plásticos de Engenharia da BASF AG. Iniciou sua carreira como Gerente Técnico de uma subsidiária da Uhde GmbH no Brasil. É Engenheiro Mecânico pela Universidade Mackenzie, com MBA pelo IMD, em Lausanne, Suíça.

MARCELO FERNANDES



Gastronomia

Empresário paulistano, é um gourmet desde a sua juventude. Inaugurou em 1999 o restaurante D.O.M. com o chef Alex Atala. Hoje é sócio dos restaurantes Attimo, Kinoshita e Clos de Tapas, esses indicados no Guia Michelin Rio de Janeiro & São Paulo, referência mundial em matéria de gastronomia.

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 Gaffré e Guinle e em cirurgia do trauma no Hospital Estadual Getúlio Vargas.

MAURÍCIO MARQUEZ



Marketing

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.

Negócios

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

NICOLA CALICCHIO



Saúde e Bem-estar

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

CAU SAAD



Arte e Cultura

Responsável por Relações Internacionais na Galeria Millan, atendendo importantes coleções particulares e institucionais. É formada em Comunicação Visual pela FAAP, cursou Moda na Faculdade Santa Marcelina e tem MBA pela FIA.

CRISTINA TOLOVI



Turismo

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

TOMAS PEREZ



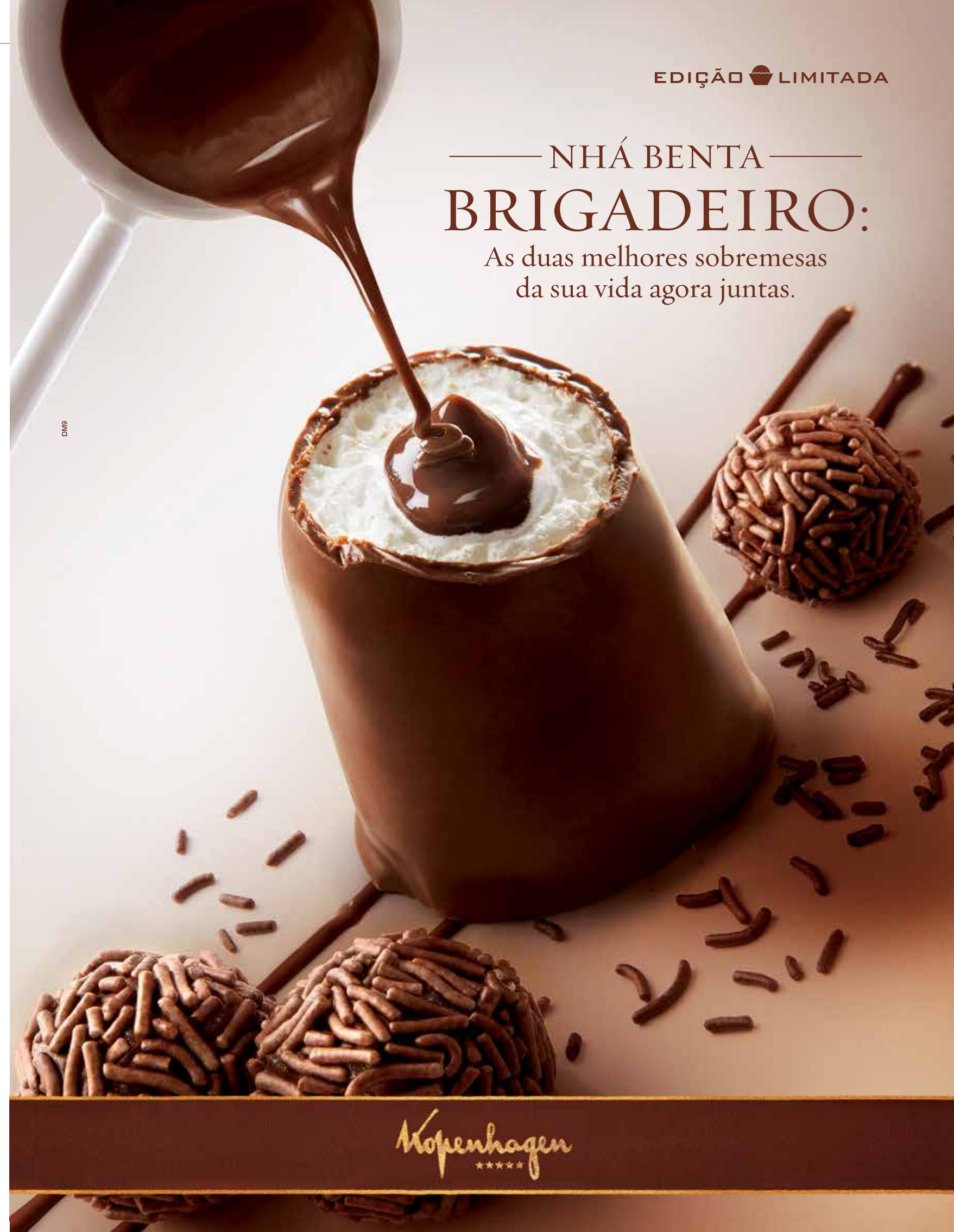
Moda

Stylist, consultora e professora de moda. Trabalha em editoriais, campanhas, shows e eventos, vestindo grandes estrelas da dramaturgia e da música. Sua formação envolve cursos em Moda, Fotografia, Arte, Marketing e Mercado Editorial na New York University, Parson's School of Design, School of Visual Arts e Fashion Institute of Technology.

MANU CARVALHO



foto: Rogerio Alonso



— NHÁ BENTA — BRIGADEIRO:

As duas melhores sobremesas da sua vida agora juntas.

Kopenhagen



O FIM DO DINHEIRO

Por Gustavo Franco

O papel moeda é das invenções mais incompreendidas da vida moderna. Embora suas primeiras aparições sejam muito antigas, apenas em 1933, oficialmente, tem início o seu reinado neste planeta. Foi neste ano que, em praticamente as todas as nações importantes, a moeda nacional perdeu seus vínculos com os metais preciosos e passou a ser um simples pedaço de papel pintado de aceitação obrigatória fixada em lei.

Era uma revolução, cujas implicações, passados mais de oitenta anos, ainda não parecem totalmente esgotadas e esclarecidas. O dinheiro migrou para o terreno das convenções, do imaterial ou do imaginário, sendo comum a designação “moeda fiduciária”, a que depende de confiança.

O fato é que a lei passa a determinar, depois de 1933, que certos pedaços de papel tenham aceitação obrigatória em pagamentos, e com isso os Estados Nacionais passavam a dispor de um poder que se acreditava pertencer apenas aos alquimistas. Não era exatamente transmutar chumbo em ouro, mas algo parecido: dotar meros pedaços de papel pintado de valor imensamente maior que o custo da pintura, e em lugar de encantamentos e processos químicos, bastava a assinatura de um banqueiro ou ministro.

Em 1933 temos, portanto, uma espécie de divórcio litigioso entre a substância e a representação, que passa a ser a coisa em si. No terreno monetário, como na arte de vanguarda, parece haver uma marcha na direção da subjetividade. Segundo um especialista, “ambos são sistemas simbólicos. Seus valores não são inerentes, mas construções sociais: muitos tipos de convenções sociais e instituições (museus e bancos entre elas) fornecem a base para seus significados e conferem a ambos, arte e dinheiro, legitimidade e valor. Sem fé em um pedaço de papel pintado, nenhuma troca haveria de ter lugar. Sem nenhuma noção de convenção artística, nenhuma arte teria existência. Em última instância, ambos são abstrações”.

No seu balancete para maio de 2016, o Banco Central do Brasil tinha uma conta no passivo intitulada “meio circulante” com o saldo de R\$ 202 bilhões. É o valor do papel moeda que foi colocado em circulação em troca de bens e serviços, ou de títulos públicos, e que faz parte do passivo não exigível do BCB, tal como se fosse uma emissão de ações preferenciais ao portador em pequenas denominações e negociáveis em qualquer recinto. Ou a receita acumulada do “departamento de artes e pinturas” do Banco Central.

Além de confundir os economistas, essa mágica intrigou muitos artistas. Cildo Meireles, no final dos anos 1970, criou cédulas de Zero Cruzeiro, com estampas muito semelhantes às utilizadas no dinheiro da época, porém sem especificar a quantidade impressa e numerar as cópias. O artista deliberadamente diluiu o valor da obra ao abster-se de limitar a impressão, e assim revelava bastante da natureza da moeda fiduciária.

O fato é que, em toda parte, as nações se organizaram para limitar os poderes dos estados nacionais para abusar da pintura de papel moeda, e a principal construção institucional empreendida com este propósito foi a constituição de bancos centrais. Não havia mais que 20 dessas criaturas em 1900, e bem diferentes dos que existem hoje, mais de 170, e maior parte dos quais considerado “independente” e comprometido em defender o poder de compra dos papeis que emitem.

O Brasil demorou muito para organizar seu banco central, que começou a funcionar em 1965, mas talvez só se possa dizer que tenha sido completamente constituído quando os outros bancos federais e estaduais deixaram de funcionar como bancos centrais depois de 1994, trinta anos depois.

Nosso banco central foi dos mais tardios do mundo, mercê das nossas hesitações em limitar os poderes do Estado para pintar papeis. Não é outra a razão pela qual o país teve 9 padrões monetários de 1933 até hoje (mil-réis, cruzeiro, cruzeiro novo, cruzeiro, cruzado, cruzado novo, cruzeiro, cruzeiro real e real) e acumulou uma inflação de 20.759.903.275.651% apenas nos 15 anos anteriores ao Plano Real.

Pois justamente quando estamos amadurecendo nossas instituições para domar as tentações proporcionadas pela revolução de 1933, por toda parte se cogita abertamente a extinção do papel moeda. O processo parece ser espontâneo a partir da proliferação dos mais diversos tipos de moedas digitais, como as milhagens de companhias aéreas, hotéis e lojas, os créditos no interior de redes sociais e de comunidades virtuais temáticas como sites de escambo e jogos eletrônicos, e também de novos métodos de pagamentos que permitem a interconexão dessas redes e moedas.

Na mesma linha, é comum de se perceber uma sutil mudança de linguagem, quando se trata da definição de moeda, pela qual, além da famosa tríade de funções (meio de pagamento, unidade de conta e reserva de valor), e da importância da moeda nacional como instituição, a moeda é referida como tecnologia de pagamento, assim prenunciando um futuro excitante e talvez perigoso, como se percebe nas polêmicas em torno de possibilidades ensejadas pela internet, tecnologias como o blockchain (a base para o bitcoin) e as variantes de novos sistemas de pagamentos e das milhares de fintechs explorando as mais variadas fronteiras de inovação.

Em 1896, ainda próximo do Encilhamento, numa de suas crônicas “econômicas” mais divertidas, Machado de Assis ridicularizou as profecias da ocasião acerca do fim do dinheiro propostas por um vidente: “Não haverá finanças, naturalmente, não haverá tesouro, nem impostos, nem alfândegas secas ou molhadas. Extinguem-se os desfalques [que] andam tão a rodo que a gente de ânimo frouxo já inquire de si mesma se isto de levar dinheiro das gavetas do Estado ou do patrão é verdadeiramente delito ou reivindicação necessária”.

Nada mais atual, não?

E o bruxo acrescenta: “Pelo lado psicológico e poético, perderemos muito com a abolição do dinheiro. Ninguém entenderá, daqui a meio século, o bom conselho de Iago a Rodrigo, quando lhe diz e torna a dizer, três e quatro vezes, que meta o dinheiro na bolsa... Mete dinheiro na bolsa, - ou no bolso, diremos hoje, e ainda, vai para diante, firme, confiança na alma, ainda que tenha feito algum negócio escuro. Não há escuridão quando há fósforos. Mete dinheiro no bolso. Vende-te bem, não compres mal os outros, corrompe e sê corrompido, mas não te esqueças do dinheiro, que é com que se compram os melões. Mete dinheiro no bolso”.

Papel moeda é apenas tecnologia, tenha-se claro, e pode muito bem desaparecer substituído pelo pré-pago “contactless”, pelo “tag” ou pelas carteiras eletrônicas. Os desfalques são outros quinhentos. Para acabar com eles é preciso prender os corruptos, todos eles.



CONHEÇA FOZ DO IGUAÇU!

NA CIDADE DA TRÍPLICE FRONTEIRA, A FORÇA E A IMPONÊNCIA DA NATUREZA FORMAM UM MAJESTOSO CENÁRIO

Localizada no estado do Paraná, com mais de 260 mil habitantes, segundo o IBGE, Foz do Iguazu possui muitos atrativos turísticos. A cidade é uma das que mais recebem visitantes estrangeiros em todo o País, que vão em busca das suas belezas naturais, esportes de aventura, ecoturismo e compras. Mas, sem dúvida, os maiores destaques são as Cataratas do Iguazu, eleitas em 2011 como uma das Novas 7 Maravilhas da Natureza, e a Hidrelétrica de Itaipu.

A Itaipu Binacional está localizada na fronteira entre Brasil e Paraguai. Ela pertence ao Complexo Turístico de Itaipu, que abrange a Usina, o Canal da Piracema, o Refúgio Biológico Bela Vista e o Ecomuseu. No circuito pode-se conhecer a tecnologia empregada na Usina e as ações ambientais da região.

Destino de Compras

A Ponte da Amizade marca a fronteira Brasil-Paraguai, o que atrai muitas pessoas em busca de perfumes, cremes, bebidas, eletrônicos e outros artigos com preços muito mais acessíveis quando comparados ao Brasil.

Já a Ponte Tancredo Neves faz a divisa Brasil-Argentina. Do lado de lá, o que chama atenção dos turistas são produtos como lã, couro, cristais e especiarias. Há também um moderno Duty Free com vários setores livres de impostos.

Parque Nacional do Iguazu

Fundado em 1939, o Parque Nacional do Iguazu (PNI) possui uma área de 185 mil hectares no lado brasileiro e 55 mil hectares na porção argentina. O parque configura uma das maiores reservas florestais da América do Sul e em 1986 foi tombado pela UNESCO como Patrimônio Natural da Humanidade.

É no PNI que está uma das cataratas mais famosas do mundo. O significado do nome não poderia ser mais apropriado. Iguazu quer dizer "água grande" em tupi-guarani. O rio nasce próximo à Serra do Mar, desaguando no Rio Paraná. Ele chega a medir 1.200 metros de largura acima das Cataratas, estreitando-se até 65 metros no cânion formado após as quedas. As Cataratas têm aproximadamente 150 milhões de anos com 19 grandes saltos, sendo cinco deles do lado brasileiro. Ao total, são 2700 metros de largura em formato semicircular.

Para quem gosta de ecoturismo, opções não faltam. As trilhas mais requisitadas são a Trilha do Poço Preto, com 9 km de exten-

são e a da Bananeira, com 1,6 km. Ambas podem ser feitas a pé ou em carreta puxada por jipe. Parte do trajeto é percorrida em barcos. Ainda, é possível passear pelo rio em ducks, caiaques infláveis para duas pessoas. Pesca, rafting e outros esportes aquáticos também são alternativas locais.

Também podem ser realizados passeios de helicóptero. São ofertados variados tipos de voos panorâmicos: sobre as Cataratas e o Parque Nacional do Iguazu, durante 10 minutos; sobrevoo somente das Cataratas com duração de 7 minutos; e o sobrevoo nas Cataratas, Itaipu, Marco das Três Fronteiras, Pontes Internacionais da Amizade e Tancredo Neves e cidade de Foz do Iguazu, em 30 minutos.

O lado argentino proporciona ao visitante um contato mais direto com a natureza e uma proximidade maior com as quedas d'água. Um passeio de trem vai do Centro de Visitantes até a Garganta do Diabo. O ideal é conhecer os dois lados, para experimentar diferentes sensações e explorar distintos ângulos do majestoso cenário.

PARA COMER

Taj: marcado pela culinária asiática, é inspirado na gastronomia tailandesa, indiana e japonesa, com um toque brasileiro. A parte de sushi bar traz receitas desenvolvidas em conjunto com o Yokohama. A decoração segue o tema da casa com Budas, Ganeshas, Kepalas, Mandalas e outros elementos.

Pier 35: idealizado no conceito gastrobar, o ambiente moderno e descontraído atende tanto aos que pretendem bebericar e experimentar alguns petiscos, quanto os que desejam provar as opções à la carte.





BELMOND HOTEL DAS CATARATAS: A PERFEITA HARMONIA ENTRE SOFISTICAÇÃO E NATUREZA



O hotel é o único localizado dentro do Parque Nacional do Iguaçu. Com isso, os hóspedes têm acesso exclusivo às Cataratas antes mesmo da abertura do parque. E mais: elas ficam a apenas dois minutos de caminhada a partir do hotel. Os apartamentos e suítes são decorados no estilo colonial português e dispõem de todo o conforto e requinte de um 5 estrelas.

O Belmond oferece uma série de atividades para explorar as belezas da região. Voos de helicóptero, caminhadas por trilhas, safáris de jipe e visita ao Parque das Aves são apenas alguns dos atrativos.

A piscina proporciona lazer o ano inteiro, sendo aquecida nos meses mais frios do ano. Para os pequenos, há uma opção infantil para que eles desfrutem de divertidos momentos. Já a quadra de tênis fica no amplo jardim do complexo.

No SPA, os tratamentos especiais são desenvolvidos com ingredientes colhidos diretamente das florestas tropicais do Brasil, entregando a riqueza e energia da Amazônia, em rituais de puro conforto e relaxamento para o corpo e para a mente.

Apartamento Luxo - Esses espaçosos apartamentos contam com uma ambientação iluminada e delicada. As acomodações são ideais para relaxar depois de um dia de caminhadas pelo Parque Nacional, enquanto o piso de madeira complementa perfeitamente a luxuosa mobília.

Apartamento Luxo Cataratas - Os Apartamentos Luxo com vista para as Cataratas oferecem todos os recursos e amenidades dos Apartamentos Luxo, além de estonteantes vistas das Cataratas do Iguaçu.

Apartamento Superior - Os apartamentos de categoria superior oferecem decoração em estilo colonial português, com detalhes modernos e mobília em madeira de lei certificada.

Cada acomodação conta com pinturas da fauna e flora locais de autoria da pintora brasileira Ludmilla de Montes, além de lindíssimos azulejos pintados, produzidos especialmente para o Belmond Hotel das Cataratas.

Suíte Junior - Aproveite a paz e tranquilidade das Cataratas na acomodação decorada em estilo colonial Português-luxuoso, um convite para relaxar e apreciar o momento. O banheiro espaçoso dispõe de bancada dupla de mármore e banheira com ducha. Uma aconchegante sala de estar com mesa de trabalho completa o ambiente. Com o luxuoso estilo colonial português, cada suíte conta com uma sala de estar, dois dormitórios e dois banheiros com bancada dupla de mármore e uma banheira com ducha.



PARA COMER

Os restaurantes do Hotel das Cataratas são influenciados pela culinária local e suas variedades. O **Ipê Grill** é palco para o café da manhã oferecendo um delicioso buffet. Ao anoitecer, é servido um tradicional churrasco gaúcho acompanhado de pratos quentes, além do buffet com saladas, especialidades locais, pratos internacionais e clássicas sobremesas para finalizar. O requintado **Itaipu** é muito procurado pelos apreciadores da gastronomia, com uma excelente combinação entre sabores nacionais e internacionais. As mesas da varanda possibilitam uma linda visão para a área verde do hotel, que se estende até as Cataratas. Por fim, o bar **Tarobá** é um convite a um bom drinque para relaxar e apreciar o pôr do sol.

Fonte: Portal do Turismo de Foz do Iguaçu
Serviços: Teresa Perez Tours



LEVE E DISCRETO

O COLIBRI É A PROVA DE QUE SIMPLICIDADE PODE SER SINÔNIMO DE EFICIÊNCIA



Simplicidade. Essa é a palavra que resume a concepção do H120 (antes conhecido como o EC120 B). O desempenho, conforto, baixo custo e manobrabilidade efetiva justificam a escolha desse helicóptero leve como ideal para clientes privados, corporações, segurança pública, agências legais e governamentais.

Já são 700 exemplares entregues em mais de 50 países, dos quais aproximadamente 600 ainda voam pelo mundo. Os clientes, mais de 400, superam coletivamente a marca de 1,5 milhão de horas de voo.

A tecnologia embarcada integra os recursos mais avançados entre os demais modelos da categoria leve, agregando facilidade, segurança e baixo custo à sua operação. Entre os destaques, estão a potente turbina, o rotor principal sem rolamentos, além do sofisticado Display Multifunções do Veículo e do Motor (VEMD®), que reduz consideravel-

mente a carga de trabalho do piloto. Além disso, o helicóptero não incomoda ao sobrevoar áreas urbanas, graças ao seu excepcionalmente baixo nível de ruído.

Ainda, o H120 é o único helicóptero a cumprir com as exigências das novas regulamentações de segurança FAR/JAR 27, o que inclui a incorporação de sistemas de combustível resistentes a colisões e assentos e estruturas de combustível com atenuação do nível de energia.

A versatilidade do Colibri o torna ideal para missões distintas, que vão de transporte de forças policiais a equipamentos, resgate, combate a incêndios e mesmo suporte antiterror. Ao mesmo tempo, a cabine espaçosa, visibilidade generosa e amplo compartimento para bagagens também fazem com que ele seja perfeito para o transporte de passageiros.





Confira a seguir, a entrevista com o Cmte. André Soares, piloto na Avantto há 5 anos, que começou sua carreira em 2003 e contabiliza mais de 2.300 horas de voo.

Quais as principais diferenças em pilotar o EC120 Colibri, se comparado a outros modelos da mesma categoria?

A grande diferença em pilotar o Colibri, comparado ao seu principal concorrente, que até pouco tempo atrás era um projeto antigo da americana Bell, é sua manobrabilidade. Essa grande manobrabilidade permite que se realize um voo mais suave, a exemplo cruzamentos e descidas de serras mais velozes ou, ainda, simples aproximações para pouso, onde não é preciso reduzir a velocidade muito antes do necessário para evitar excessos de rotação ou desconforto ao passageiro.

Qual a autonomia do modelo? Partindo de São Paulo, aonde é possível chegar sem paradas?

A autonomia do modelo, considerando também o remanescente de emergência, é de 3h20, podendo estender caso se voe em altitudes maiores.

Partindo de São Paulo e resguardando uma reserva de combustível mínima de 30 minutos, pode-se chegar até Belo Horizonte/MG, Florianópolis/SC ou Londrina/PR sem paradas.

Quais as características mais positivas dessa aeronave?

As principais características são, como já mencionado, a grande manobrabilidade, amplo espaço do bagageiro, tecnologia embarcada nas telas indicadores multifunção de célula/motor e o sistema de rotor de cauda carenado, que confere um nível de ruído muito baixo em voo de cruzeiro.

Com relação à segurança, o que pode ser destacado?

Primeiramente as características da aeronave propiciam pouso seguro em caso de emergência, por exemplo, pane no motor ou perda do sistema hidráulico sem grandes esforços por parte do piloto. Tanto os bancos dianteiros como traseiros possuem sistema de amortecimento que absorvem o peso dos ocupantes em caso de pouso brusco no solo.



Plénitude **P2** Deuxième

P2 é a Segunda Plenitude de Dom Pérignon.
Alcançada após 16 anos de maturação nas lias.
O vinho é intenso, vibrante e preciso.
Energia em seu pico.

Bebida proibida para menores de 18 anos. Consuma com estilo e não em excesso.



Dom Pérignon



A LIDERANÇA NOS DIAS DE HOJE

Por Nicola Calicchio

Vivemos uma crise de confiança causada pelas falhas de caráter de nossos heróis, líderes e instituições. Nos últimos anos, comportamentos impróprios têm sido recorrentes tanto no setor público como no privado - em praticamente todos os países do mundo, incluindo o Brasil. O que está por trás disso e o que podemos fazer a respeito?

Celulares, hoje, estão em toda parte. A "transparência total" tornou-se regra e tudo acaba se tornando público, independentemente de sua relevância. O fenômeno "Panama Papers" ilustra essa realidade. Ser competente, portanto, não é suficiente. De nada adianta ter um líder que gere resultados espetaculares se suas ações acabarão destruindo a empresa por conta de comportamentos impróprios?

O general americano Norman Schwarzkopf, que liderou as forças de coalizão na Guerra do Golfo, dizia que "a liderança eficaz é resultado da combinação explosiva de competência e caráter - porém, se for preciso escolher apenas um, fique com o caráter".

Mas como saber se o líder em questão não abusará do poder que lhe foi conferido? E como identificar e estimular as qualidades inerentes ao caráter?

A forma mais eficiente de se fazer isso é promover uma mudança de foco: combinar a preocupação sobre o que os líderes sabem fazer - foco dos processos tradicionais de recrutamento e desenvolvimento - com uma ênfase muito maior em quem eles realmente são e quais as qualidades intrínsecas que devem ter. Isso não significa apenas se livrar das maçãs podres, mas contratar, desenvolver e promover pessoas de alto caráter.

Indivíduos como esses possuem alguns traços essenciais. Sabem priorizar questões, mostrando sensibilidade para detectar zonas cinzentas, tomam decisões éticas no dia a dia e têm a coragem de fazer o que é certo, independentemente do custo pessoal. São pessoas que têm um sentido de propósito e uma resiliência fora do comum. Não se curvam à primeira dificuldade, não desistem, e nem aceitam as soluções fáceis.

A esse conjunto de habilidades, une-se a determinação de viver de forma ética, demonstrada ao ter humildade para encarar os desafios, se conduzir de acordo com seus valores e apresentar responsabilidade, confiabilidade, transparência, dignidade, senso de justiça e cidadania.

O elemento que talvez seja o mais importante, e que vemos em muitas organizações e líderes, é que fazem o que pregam. A Johnson & Johnson acredita em recrutar, desenvolver e reter somente aqueles líderes que demonstram valores elevados - aqueles que, no vocabulário da própria companhia, são conhecidos como "credo-based leaders". São exemplos vivos e sustentam sua liderança em valores como um meio de inspirar outras pessoas na organização por sua consciência, pensamento e ações éticas.

William C Weldon, ex-presidente do conselho e executivo-chefe da Johnson & Johnson, disse uma vez: "É essencial que tenhamos uma cultura de líderes que se baseiam em valores com integridade e paixão para definir uma visão, inspirar a organização a se alinhar ao redor desta visão, e nutrir aqueles ao redor desta grandeza". A forma como a companhia lidou com uma das principais crises de sua história representa o que se espera hoje de líderes, não apenas em situações delicadas, mas sempre.

Na década de 1980, criminosos adulteraram algumas embalagens de Tylenol, um dos principais produtos da companhia, o que levou à morte de algumas pessoas que consumiram o medicamento alterado. A resposta da Johnson & Johnson foi retirar do mercado o produto e suspender todas as campanhas publicitárias relativas a ele após as primeiras mortes. Esse movimento causou prejuízo próximo a US\$ 100 milhões à companhia, que viu como mais importante a segurança de seus consumidores e a preservação de sua imagem do que resultados financeiros e o desempenho de suas ações em bolsa.

Assim como o comportamento ético não é algo teórico, os resultados de adotá-lo ou não também não são. Metade das maiores falências da história pode ser rastreada a falhas de caráter. Por outro lado, olhando pelo lado positivo, as empresas cuja atuação é considerada verdadeiramente ética veem suas ações negociadas com prêmio médio de 54% em relação ao índice S&P nos últimos 10 anos.

A introspecção permitirá às organizações detectar se possuem os líderes adequados, bem como definir quem serão seus sucessores e estabelecer formas de prepará-los durante a próxima década. Grandes líderes e organizações entendem que sustentar a excelência no longo prazo envolve tanto competência como caráter. Eles reconhecem que embora sejam necessários anos para se construir uma reputação sólida, minutos são suficientes para destruí-la.

O desalento nos dias de hoje parece ser o tom característico e comum das relações humanas modernas, resultado de uma multiplicidade de comportamentos inadequados em diversas esferas e da falta de esperança num mundo que possa ser diferente. Eu discordo. Não se deve perder a esperança jamais. Embora no curto prazo o mundo dê preferência ao talento, no longo prazo as recompensas virão do caráter - e não conheço quem não queira ter um horizonte de sucesso no longo prazo associado a uma consciência tranquila.



Agustin Munhoz - ©Red Bull Media House

MAR, DOCE LAR

SURFE BRASILEIRO SE CONSOLIDA NO CENÁRIO MUNDIAL E GANHA CADA VEZ MAIS PÚBLICO E ADEPTOS

Não há um consenso sobre o surgimento do surfe. Alguns alegam que foi no Peru, há mais de três mil anos, quando canoas de junco eram usadas para a pesca. Há quem recuse a teoria porque os peruanos não ficavam de pé nessas embarcações, nem tampouco realizavam manobras com elas. No século XVIII, o explorador britânico James Cook apresentou ao Ocidente, por meio de relatos, o hábito dos polinésios de deslizar de pé sobre as ondas. O costume relacionava-se a celebrações religiosas e acabou sendo aceito como a gênese do surfe.

O status de esporte só veio no início do século XX, na Califórnia, empregando pranchas de madeira com cerca de três

metros, 45 quilos e sem quilha – o que dificultava as manobras. Não demorou para Hollywood abraçar o surfe, assim como os soldados, que o levaram pelo mundo. Após a Segunda Guerra Mundial, já tinha muitos adeptos e transcendia para cultura, envolvendo moda, música e televisão. E é com essa pegada que chegou ao Brasil. A primeira prancha foi produzida no País baseada no esquema publicado em uma matéria da revista norte-americana Popular Mechanics. Com quase quatro metros de comprimento, ela pesava entre 50 e 60 quilos. Hoje, a grande maioria das pranchas é feita de poliuretano e fibra de vidro, nos mais variados formatos, conforme a modalidade e tipo de onda pretendidos, podendo pesar menos de três quilos.

Em 2014, Gabriel Medina conquistou um título inédito entre os brasileiros: o de campeão na principal competição da modalidade, organizada pela Liga Mundial de Surfe. O feito trouxe mais confiança para os atletas e o esporte ganhou maior visibilidade e admiração mesmo daqueles que não são tão aficionados. Um ano depois, em dezembro de 2015, coroávamos nosso segundo campeão, Adriano de Souza, o Mineirinho, que arrebatou a vitória na mesma praia de Pipeline, no Havaí.

O surfe é repleto de histórias, como a superação de Mick Fanning que, após sobreviver no ano passado a um ataque de tubarão em plena competição, retornou em 2016 para ter o prazer de erguer o caneco na África do Sul. A resiliência de aguardar dias por condições favoráveis, resistência, força física e, acima de tudo, muita paixão compõem esse universo. É disso que é feito esse esporte. A elite do surfe mundial tem recebido uma invasão de talentos brasileiros nos últimos anos, apelidados pela imprensa internacional de Brazilian Storm. Adriano de Souza, Gabriel Medina, Ítalo Ferreira, Filipe Toledo, Jadson André, Wiggolly Dantas, Miguel Pupo, Jadson André, Caio Ibelli e Silvana Lima são alguns dos nomes que trazem cada vez mais destaque para o País.



COMO FUNCIONA O CIRCUITO MUNDIAL

Três eventos na Austrália abrem o calendário anual, que contempla o Brasil em maio, no Rio de Janeiro e, após praticamente rodar pelo globo, se encerra no Havaí. As 11 etapas seguem a sequência: Gold Coast (10 a 21 de março), Bells Beach (24 de março a 5 de abril) e Margaret River (8 a 19 de abril) na Austrália; Rio de Janeiro (10 a 21 de maio), Ilhas Fiji (5 a 17 de junho) na Oceania; Jeffrey's Bay (6 a 17 de julho) na África do Sul; Teahupoo (19 a 30 de agosto) no Taiti; Trestles (7 a 18 de setembro) nos Estados Unidos; Hossegor (4 a 15 de outubro) na França; Peniche (18 a 29 de outubro) em Portugal e Pipeline (8 a 2 de dezembro) no Havaí.

A "vez" de cada atleta é conhecida como bateria, que dura 30 minutos, podendo chegar a 45, por decisão da organização. Ocasionalmente, são realizadas duas simultaneamente, conhecidas como "dual heat". As baterias não têm limites de ondas, mas a pontuação é definida pelo somatório das duas melhores. Cinco juízes atribuem nota de 0 a 10 às manobras, das quais são descartadas a maior e a menor. Entre os quesitos, figuram grau de dificuldade e comprometimento, variedade, inovação, progressão, combinação e potência, entre outros.

COMO SURFAR

Surfar não é muito diferente de andar de bicicleta: requer equilíbrio e coordenação. O primeiro movimento é deixar a margem, deitado na prancha e remando com os braços até o local onde a onda começa a quebrar. Com a proximidade da onda, é preciso acelerar as braçadas. Aí, é uma questão de timing: deve-se acertar o momento ideal para empurrar a prancha para baixo, como se estivesse fazendo uma flexão, puxar as pernas, firmar a base e ficar em pé. O sucesso da empreitada reside justamente em fazer essa transição de forma ágil, subindo rapidamente. A partir daí, são desenvolvidas as manobras. Um detalhe importante: em caso de praia cheia, a preferência é do surfista que estiver mais próximo da quebra das ondas, ou daquele que ficar de pé primeiro.

Para quem deseja se aventurar em uma surf trip, a dica é: leve em consideração seu nível de experiência. Por mais que destinos como Austrália, Califórnia, Ilhas Fiji, Taiti e mesmo o Havaí sejam atraentes, considere a real possibilidade de aproveitar as ondas de determinadas praias. Busque superar seus limites, mas com segurança. Confira a previsão do tempo, e, ainda assim, tenha um plano B para evitar frustrações climáticas. Ou seja, a primeira parte, invariavelmente, é a pesquisa. Muita pesquisa.



Mick Fanning



Sally Fitzgibbons



Mineirinho

Fotos: Andrew Chisholm, Alfredo Escobar e Ted Grambeau - ©Red Bull Media House



Fotos: Marcelo Maragni e Fabio Piva - ©Red Bull Media House

NA CRISTA DA ONDA

DO GUARUJÁ PARA O MUNDO, MINEIRINHO CHEGOU AO MAIS ALTO DEGRAU DO SURFE

Adriano de Souza, o Mineirinho, nasceu em fevereiro de 1987, no Guarujá, São Paulo. Começou a surfar com apenas oito anos, conquistou o título do World Qualifying Series (WQS), tornando-se o mais jovem campeão da série de acesso à elite do surf mundial, e foi o primeiro brasileiro a liderar o ranking mundial, em 2011. A vez de Mineirinho levantar o cobiçado caneco aconteceu no ano passado, mantendo o título nas mãos de brasileiros – Gabriel Medina foi o vencedor de 2014.

Simple e focado, Adriano é reconhecido como um exemplo de superação e determinação e inspira pessoas em todo o País. Sua conquista foi maior que o campeonato: por meio do seu amor ao esporte, conseguiu ampliar não apenas as suas perspectivas de futuro, como também dos familiares. Conheça um pouco mais dessa história de sucesso que começou com uma prancha de R\$30 doada pelo irmão.

Você nasceu no Guarujá, São Paulo. Por que tem o apelido de Mineirinho?

Meu irmão era um cara muito reservado como eu, então o povo começou a chamar ele de Mineiro. Como eu era o mais novo, virei o Mineirinho!

Você começou a surfar aos 8 anos e a competir aos 10. Como percebeu que poderia se profissionalizar no esporte?

Quando eu vi que poderia fazer do surf um instrumento para melhorar de vida. A cada treino era uma certeza.

Qual é o seu estilo de surfe?

Meu estilo é mais clássico. De rasgar a onda de forma agressiva, levantar o máximo de água possível.

Se não fosse surfista, o que gostaria de ser?

Se eu fosse esportista, seria certamente um jogador de futebol, pois sou louco pelo Corinthians e quando não estou trabalhando, estou acompanhando o time.

Como inspirar as novas gerações a persistirem e serem bem-sucedidas?

Persistir e nunca desistir. Nunca abandonar na primeira derrota, pois são com as derrotas que aprendemos e crescemos.

Qual o maior segredo para ser campeão? Você é muito competitivo?

É competir de corpo e alma, dando o meu melhor, sem medo.

Em quem você se inspira?

Na minha família, que fez de tudo para que eu chegasse onde eu estou.

Qual a sua relação com a religião? É supersticioso? Há algum ritual antes de entrar no mar?

Eu faço uma oração antes de entrar no mar, peço permissão para entrar no mar, força para dar meu melhor e luz para cuidar de mim enquanto estiver competindo.

O seu preparo físico envolve que atividades?

Meu preparo físico é bem completo. Além do treino na água, faço acompanhamento com fisioterapeuta e faço exercícios prescritos e específicos para as exigências do surf.

Em sua opinião, quais as melhores praias do Brasil para a prática do surfe?

Sou suspeito, amo o litoral paulista e agora que virei morador de Floripa estou aproveitando ao máximo as ondas dali também. Somos um País abençoado com milhares de quilômetros de costa e muita coisa ainda a ser descoberta.

Qual o seu maior sonho?

Falando em esporte e aproveitando o espírito dos Jogos do Rio, quero uma medalha olímpica em 2020!



ALAVANCANDO CEOS

REVENDO O PADRÃO DE EFICÁCIA DE EQUIPES DE ALTO DESEMPENHO NO MUNDO EXECUTIVO

Por Christian Spremberg

“Uma boa equipe atinge resultados mais expressivos do que os resultados da soma de seus membros individualmente”. Hoje em dia praticamente todos reconhecem esta afirmação. Infelizmente, isso também significa que em um time pouco eficaz, ou simplesmente ruim, o talento executivo individual – um ativo precioso para qualquer organização – pode ser completamente desperdiçado.

O ambiente complexo e imprevisível com o qual se encontram confrontadas as empresas demanda um grau de reatividade, velocidade e qualidade de decisão e capacidade de adaptação que provavelmente mesmo o executivo mais competente e experiente não pode mais alcançar sozinho. A crise brasileira atual, que tem forçado muitas empresas a se reestruturar ou até mesmo a radicalmente redefinir o seu modelo de negócio, aumenta estas pressões exponencialmente. Uma observação mais atenta comprova que a multiplicidade de tarefas que as empresas enfrentam hoje somente pode ser realizada de forma eficaz por uma equipe de gestão bem formada, altamente

qualificada, que trabalhe com resultado mesmo sob pressão extrema, sem perder de vista seus objetivos de longo prazo – parece não haver alternativa.

Então, se aspiramos criá-la, o que é que define uma “equipe campeã”? Como avaliar e melhorar o desempenho de uma equipe de gestão?

Equipes de alta performance são tipicamente fruto de desenvolvimento, e não de ‘criação’. Durante décadas, os especialistas organizacionais têm investigado o que distingue as boas equipes daquelas menos eficazes – procurando explicar, por exemplo, o que fez a seleção alemã de futebol ter sido praticamente imbatível na Copa de 2014 e com um placar improvável de 7x1, tornar-se algoz da Seleção Brasileira – que de maneira nenhuma se mostrava inferior em termos de qualidade e classe de jogadores individuais. Parecem, portanto, existir duas dimensões distintas: a composição e a estrutura da equipe – o talento individual e ‘em que posição este joga’ e a dinâmica que se estabelece entre estes indivíduos.

Na prática, seria então preciso encontrar meios de revelar os pontos fortes e fracos de uma equipe de gestão – individual e coletivamente, com maior precisão e transparência. Tornando estes comportamentos individuais e as interações entre os membros da equipe visíveis, os líderes destas equipes, assim como os membros dela, ganham uma visão mais clara da dinâmica de grupo, e a possibilidade de ajustá-la, a fim de que se possam atingir objetivos mais desafiadores.

Com base em resultados de pesquisa e da compreensão profunda da prática organizacional, identificamos seis fatores-chave que impulsionam a eficácia de uma equipe. Através de perguntas pode-se (inclusive auto-) avaliar a existência e o grau de desenvolvimento destes fatores e com isso ter um primeiro diagnóstico da eficácia da equipe. São eles:

1. Balanço: refere-se à diversidade de habilidades e perspectivas dentro de uma equipe e como isso é usado ativamente para alcançar os objetivos.

- Que experiências e competências temos representadas nesta equipe?
- Temos uma variedade adequada de personalidades e de estilos representados no grupo?
- Cada membro desta equipe ‘tem voz ativa’ nas discussões, e desta forma estamos usando toda a expertise acumulada neste grupo?

2. Alinhamento: é o grau em que cada membro da equipe tem clareza e comprometimento com o propósito e os objetivos da equipe.

- Temos um propósito, como time?
- Temos objetivos comuns claramente definidos e uma visão traçada de como atingi-los?
- Todos entendemos perfeitamente e concordamos com estes objetivos e a estratégia definida?

3. Resiliência: avalia a capacidade do grupo para enfrentar as pressões internas e externas extremas e para trabalhar com sucesso, mesmo em condições difíceis.

- Temos conseguido atingir os objetivos desta equipe, mesmo sob forte pressão de tempo ou resultado?
- Como os membros deste time se comportam frente à grande adversidade?

4. Energia: descreve quão bem-sucedida é a equipe na criação e manutenção de um elevado nível de dinamismo, ambição e iniciativa gerados dentro do próprio time.

- Somos energizados (ou des-energizados) pelo trabalho em grupo?
- Qual o nível de ambição deste time?
- Estamos conseguindo ‘resgatar’ um membro da equipe que por qualquer razão está desenergizado?

5. Abertura: refere-se à abertura da equipe para ideias e contato com seu ambiente. Isso inclui tanto o resto da própria organização quanto do ambiente de negócios mais amplo.

- Como esta equipe se alimenta de ideias de fora da organização?
- O quanto reconhecemos a necessidade de olhar para fora, e buscar referências novas?

6. Eficiência: refere-se à capacidade da equipe no uso de recursos e de tempo, a fim de atingir resultado desejado.

- Temos clareza de nossos objetivos e asseguramos uma alocação eficiente de recursos para atingi-los?
- Temos os mecanismos no grupo para monitorar aderência a um modelo eficaz, mas também eficiente de debate – para que todos tenham sido ouvidos, mas que nos mantenhamos dentro dos tempos alocados para esta ou aquela discussão?

Cada uma destas dimensões afeta a dinâmica e o rendimento do time. Elas são representadas por comportamentos dos indivíduos que compõem o time, por aspirações e frustrações e portanto intimamente relacionadas com as características do ser humano.

É importante que o líder (p.ex. o CEO) esteja atento para estas dimensões e os comportamentos que as definem, e possa sempre que necessário influenciar ajuste de rota para a equipe. Quanto melhor desenvolvidos estes comportamentos, maior a probabilidade de o time se sobressair e atingir resultados mais ambiciosos, lidar melhor com o revés, se reerguer de forma eficiente e eficaz.

Este trabalho pode dar às empresas *insights* sobre a dinâmica de suas equipes principais, lançando as bases para o desenvolvimento individual e coletivo, criando uma linguagem comum para os membros destas equipes no monitoramento do desempenho de seus papéis na equipe. Cada membro da equipe precisaria receber *feedback* de seus pares e do líder, para que possa reconhecer com maior clareza como é percebido pelo grupo e as áreas onde as melhorias podem ser feitas, individualmente.

Por último, mas não menos importante, a avaliação colegiada nestas seis dimensões dará também ao CEO uma visão detalhada sobre o seu estilo de liderança pessoal e quão profundamente isso influencia a dinâmica e o desempenho do grupo. O CEO possivelmente aprenderá nesta avaliação mais sobre si mesmo do que sobre a sua equipe. E isto é importante e também é bom. Pois algo que descobrimos com a experiência nestes processos é o reconhecimento de que, como o treinador em um time de futebol, o líder executivo é a mais poderosa força motriz no caminho para o desenvolvimento de uma equipe de alto desempenho. Temos, desta forma, um jogo ganha-ganha – o CEO desenvolve a equipe e se alavanca para incrementar ainda mais a sua contribuição individual.

“Com talento se ganham jogos, mas com teamwork se vencem campeonatos”

Michael Jordan



É DO BRASIL!

FUNDADA HÁ QUASE DUAS DÉCADAS, A MOVILE É LÍDER MUNDIAL EM DESENVOLVIMENTO DE PLATAFORMAS DE COMÉRCIO E DE CONTEÚDO, COMO AS BEM-SUCEDIDAS IFOOD E PLAYKIDS

O sonho de ter uma empresa global de tecnologia é perseguido por Fabrício Bloisi há anos. Entre muitas tentativas no setor, criou a Movable, junto com o seu sócio em 1998. No início, a startup ocupava uma sala em uma incubadora mantida pela prefeitura de Campinas. Hoje, é líder mundial em desenvolvimento de plataformas de comércio e conteúdo móvel e possui 14 escritórios espalhados pela América Latina e no Vale do Silício. A Movable é responsável por produtos de sucesso no Brasil e no mundo, entre eles o iFood e o PlayKids, respectivamente. Conheça um pouco da vitoriosa trajetória do empresário.

Quase 20 anos separam dois momentos da sua vida: quando a Movable ainda era incubada em Campinas e hoje, com aporte de milhões e planos de expansão para Europa e América Latina. Como você analisa essa trajetória de sucesso?

Sempre acreditei que é possível criar empresas de tecnologia global no Brasil. Temos criatividade, gente inteligente e acesso ao mercado de todo o mundo através da internet. Estamos começando nossa jornada na Movable – somos orgulhosos de ter produtos globais de sucesso – como o PlayKids – e de participar de produtos amados pelos clientes no Brasil e na América Latina, como o iFood. Mas temos muito mais a crescer – queremos construir uma empresa líder global de tecnologia.

Aos 14 anos você visitou todas as lojas em um shopping de Salvador tentando vender (sem sucesso) um programa de controle de estoque desenvolvido nos intervalos da escola. Você pode falar mais sobre essa experiência empreendedora? Foi a primeira?

Desde cedo queria abrir uma empresa de tecnologia. Meu sistema de controle de estoque foi um dos meus negócios nessa época – tive vários. A maioria deu bem errado – mas aprendi muito e essa fase foi o embrião do que hoje é a Movable.

Você afirmou, em entrevista para a IstoÉ : “Sonhei em criar uma empresa global desde quando éramos apenas duas pessoas: eu e meu sócio”. O que você imaginava na época é muito diferente do que alcançou hoje?

Não penso muito no que alcancei hoje. Penso que podemos fazer uma empresa líder global, e acho que estamos em um bom caminho. Mas ainda temos muito pela frente ainda! Sou orgulhoso por a Movable ser uma empresa tão bacana. Valorizamos muito as pessoas, investimos muito em profissionais qualificados, acreditamos e vivemos nossos valores (Gente, Foco no Cliente, Inovação, Resultados, Meritocracia e Ética), e temos um sonho grande de tornar melhor a vida de 1 bilhão de pessoas através de nossos Apps. Acreditamos que vamos chegar lá.

Você pode falar um pouco mais sobre o Mural dos Sonhos? Como surgiu a ideia? Como é a adesão dos colaboradores? Você pode comentar alguma história lá exposta?

A Movable surgiu por conta de um sonho que eu tinha desde criança, que era ser piloto de helicóptero – decidi criar uma empresa e um dia poder ir trabalhar nela de helicóptero, pilotando. Sempre acreditei que só se tem sucesso quando você acorda com vontade de continuar trabalhando para realizar seus sonhos. Gosto de inspirar pessoas a minha volta a sonhar grande e fazê-los acreditar que a realização destes sonhos é possível. Por isso, em cada um dos nossos escritórios temos uma parede “Mural dos Sonhos”, onde todos colocam seus sonhos e as datas em que pretendem realizá-los. Tem todo tipo de sonho: metas para negócios, metas pessoais, viagens, carros, promoções, IPO – o importante é correr atrás de seu sonho. Os Movilianos comemoram juntos quando algum sonho é alcançado e “carimbamos” na parede dos sonhos “Sonho Realizado”. O meu sonho era ser piloto de helicóptero – conquistado este ano. Meu próximo sonho é ir para o espaço.

A Movable foi eleita como uma das Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil, em 2015. Qual é o segredo para manter um ambiente tão envolvente para os colaboradores? Na sua opinião, como é ser “Moviliano”?

Na Movable, o maior ativo são as pessoas. Nós valorizamos as pessoas o tempo inteiro. Esse é o nosso diferencial. Não é à toa que somos movidos por seis valores - Gente, Foco no Cliente, Inovação, Resultado, Meritocracia e Ética - e que o primeiro deles seja Gente. Internamente, nomeamos esses valores de Gente FIRME. Assim, fazer parte do nosso time é estar conectado a esses valores, é ser movido

por resultados, ter vontade de crescer, sonhar grande e ser apaixonado pelo que faz, tomar riscos e inovar. É isso que proporciona um ambiente envolvente e agradável, pois trabalhar com pessoas incríveis só nos motiva e aumenta a produtividade.

Lançado em 2013, o Playkids é hoje o aplicativo infantil número um em mais de 25 países. Você pode contar como foi o desenvolvimento desse aplicativo? Como ele ajuda o desenvolvimento das crianças e como se tornou o preferido em tantos países, superando até mesmo a Disney?

Vimos uma grande oportunidade no segmento infantil. Sentíamos falta de um serviço que não fosse apenas de entretenimento e individual, e o PlayKids cumpre exatamente o papel que pensamos. Ele é movido pela ideia de que as crianças se desenvolvem melhor quando estão interagindo com suas famílias e que cada momento compartilhado é absolutamente mágico. Acredito que esse seja um grande diferencial: atuarmos em conjunto com os pais, como parceiros, proporcionando um ambiente 100% seguro de conteúdo digital divertido e educacional.

Dos aplicativos que a empresa desenvolveu, qual a sua menina dos olhos? Por quê?

Várias meninas dos olhos: o PlayKids, que iniciou o nosso processo de globalização e hoje conta com dezenas de milhões de usuários pelo mundo; o iFood, provavelmente a empresa de Internet de maior crescimento no Brasil; o TruckPad, que conecta milhares de caminhoneiros a suas cargas; o Rapiddo, que permite entregas em menos de uma hora com sua nuvem de motoqueiros; o Maplink, que expande globalmente; a Sympla, a melhor experiência de venda de ingressos do Brasil. Muitas coisas das quais nos orgulhamos.

Apesar de ter a quarta maior base de internautas do mundo, segundo a consultoria eMarketer, o Brasil não se destaca como criador no cenário digital. Para você, quais são os maiores obstáculos e como mudar esse cenário?

O pensamento das pessoas e empresas é o maior obstáculo. No Brasil, sofremos com uma inferioridade que não deveria existir. Temos muitas empresas sensacionais e profissionais altamente capacitados para estarem mais presentes no mercado global. Mas precisamos pensar grande, tomar risco, valorizar o sucesso, acreditar que é possível. Precisamos sonhar grande. Chegaremos lá.

Fala-se em realidade aumentada desde a década de 90, mas foi há poucas semanas, com o sucesso do lançamento do jogo Pokémon Go, que vimos a aderência das pessoas nesse tipo de tecnologia. A Movable tem algum plano nesse sentido?

Vários. Estamos testando vários produtos de Realidade Aumentada e Realidade Virtual. Em breve teremos muitas novidades!

Em que momento decidiu fazer uso da aviação executiva?

Sempre sonhei em voar de helicóptero. Adoro voar.



EM TERRA OU NO AR, UM GRANDE SHOW

FARNBOROUGH INTERNATIONAL AIRSHOW, FESTIVAL BRITÂNICO DE AVIAÇÃO,
REALIZA MAIS UMA EDIÇÃO COM ATRAÇÕES PARA TODA A FAMÍLIA

O mundialmente famoso Farnborough International Airshow abriu suas portas para o público entre os dias 11 e 17 de julho no Aeroporto de Farnborough, em Hampshire, na Inglaterra. O evento bianual é um deleite para os entusiastas de aeronaves porque envolve uma grande exposição comercial e um airshow público. Os primeiros quatro dias são dedicados exclusivamente ao comércio, enquanto o fim de semana é aberto ao público geral, que supera a marca de 80.000

pessoas. Na edição de 2014, o volume de encomendas movimentou U\$ 204 bilhões, representando um aumento de 183% em relação à de 2012.

O Farnborough International Airshow tem entretenimento para agradar toda a família. Até as crianças foram agraciadas com brincadeiras e atividades. Além disso, diversas performances e até mesmo um inusitado voo de um balão de ar frio entreteram o público.



Jato comercial E190-E2 da Embraer



Cargueiro militar KC-390 da Embraer

Destaque no calendário internacional do segmento, a exposição é uma oportunidade de demonstrar aeronaves civis e militares para potenciais clientes e investidores. Ainda, é palco para o anúncio de novos projetos, já que atrai a cobertura da mídia de todo o globo. A Embraer foi um dos destaques entre os fabricantes que mais levaram novidades, apresentando a nova geração do jato comercial E190-E2 e o cargueiro militar KC-390.

O avião comercial E190-E2 realizou seu voo inaugural, que durou quase três horas e meia, em maio desse ano, antes da data prevista. Menos de dois meses depois, a aeronave da segunda geração da bem-sucedida família E-Jets já atravessava o Atlântico para marcar presença no festival britânico, mostrando um elevado grau de maturidade do projeto. No teste, o tempo de subida impressionou, graças aos motores PW1900G high-bypass ratio geared turbofan, capazes de produzir até 22.000 libras de empuxo cada e de proporcionar uma economia de até 24% de combustível. O E190-E2 está programado para entrar em serviço comercial em 2018 e tem disponibilidade para até 130 assentos.

O protótipo do KC-390, uma aeronave de transporte militar, está em fase final de certificação e a primeira entrega será realizada a partir de 2018, para a Força Aérea Brasileira. Desenvolvido para estabelecer maiores padrões de desempenho e capacidade em sua categoria, propõe-se a oferecer o menor custo de ciclo de vida no mercado. Multimissão, pode transportar e lançar cargas e tropas, realizar evacuação, busca e salvamento, combater incêndios florestais, reabastecimento, entre outras.

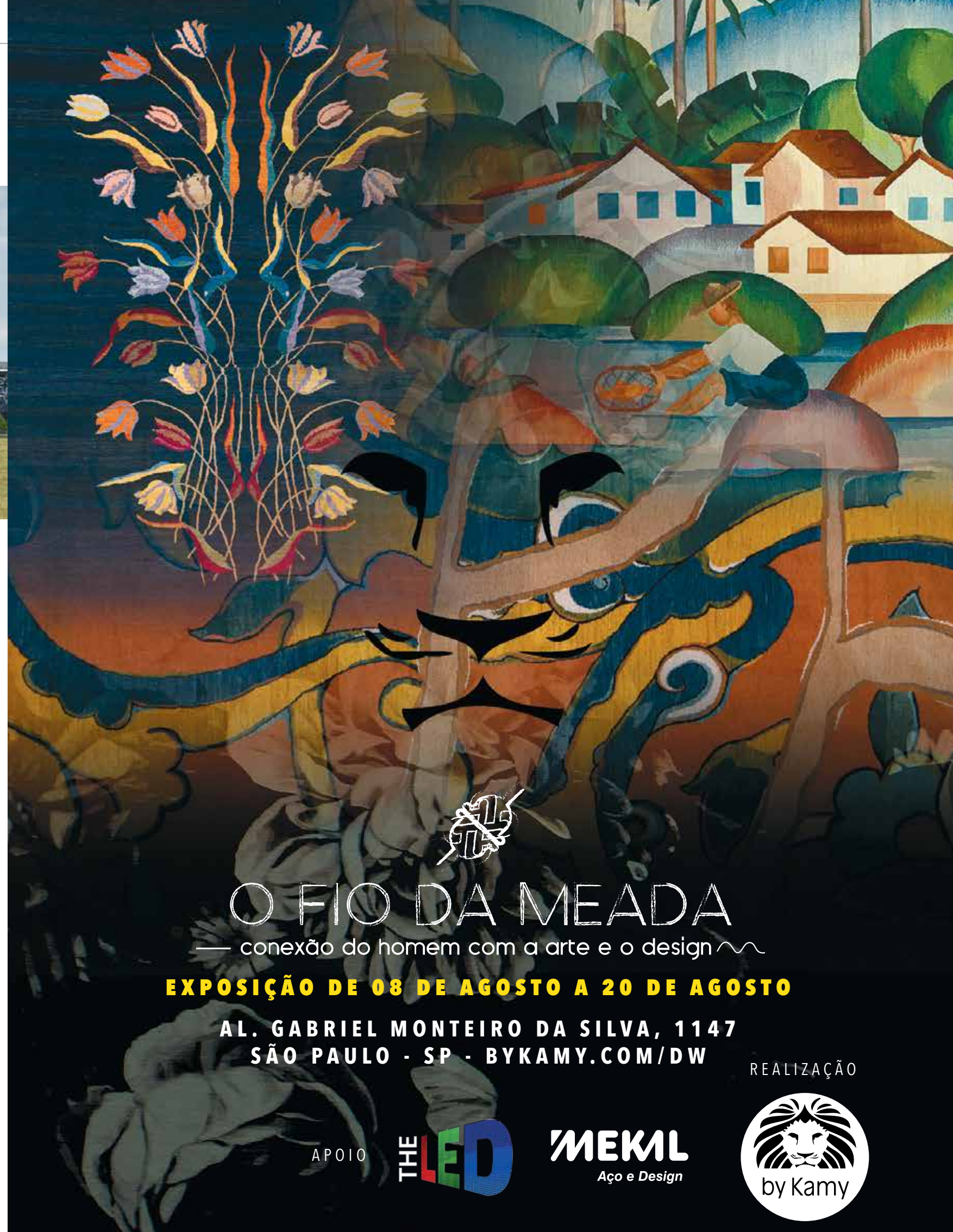
A programação do evento foi extensa, incluindo as mais variadas atividades e apresentações. As várias horas de voo contemplaram os visitantes com acenos de asa, giros 360 graus, inclinações dramáticas, entre outras expressões de talento dos pilotos.

O elenco de aeronaves envolveu diferentes perfis, como o F-35, da Lockheed Martin; o A380, da Airbus; e, ainda, apresentações do Red Arrows, Twister Acrobatics Team, Red Devils, Blade Aerobatic Display Team e muito mais.

O UK Drone Show, uma nova atração do festival, trouxe grandes talentos, como Luke Bannister, o vencedor do World Drone Prix, realizado em Dubai e permitiu ao público vivenciar a excitante corrida em FPV (First Person View). Nela, a plateia tem visão em primeira pessoa do voo, que é repleto de obstáculos e velocidade. O Brooklands Museum e o FAST Museum exibiram modelos históricos, incluindo alguns utilizados na Segunda Guerra Mundial, bem como fotos, filmes, documentos, vídeos, equipamentos e outros itens antigos relacionados ao universo da aviação. O Boeing marcou presença celebrando seu centenário no dia 15 de julho com um espaço que buscava honrar o passado e pensar no futuro.



Farnborough vista de cima



O FIO DA MEADA

— conexão do homem com a arte e o design —

EXPOSIÇÃO DE 08 DE AGOSTO A 20 DE AGOSTO

**AL. GABRIEL MONTEIRO DA SILVA, 1147
SÃO PAULO - SP - BYKAMY.COM/DW**

REALIZAÇÃO

APOIO





UM UNIVERSO DE EMOÇÕES PARA A SUA VIDA

Mais que especialistas em veículos, somos especialistas em emoções. Temos orgulho de fazer parte dos grandes momentos na vida de nossos clientes. Buscamos constantemente a excelência em tudo o que fazemos, oferecendo uma experiência completa e exclusiva.

Consulte a Eurobike antes de adquirir seu novo veículo e descubra o que nos torna especialistas no assunto.





PARIS, MON AMOUR

ETERNA E AMADA, A CIDADE LUZ
INSPIRA ARTISTAS, ESTILISTAS, TURISTAS
E ENAMORADOS, MANTENDO-SE COMO
DESTINO PREFERIDO DE MUITOS

Patrimônio, cultura, compras, gastronomia, eventos, diversão, tendências. A verdade é que motivos não faltam para visitar a capital da França, que é um dos principais destinos turísticos do mundo. A cidade é uma doce e encantadora mistura de charme, romance, sofisticação e arte, que se fazem presentes nos suntuosos edifícios históricos até nos pequenos cafés espalhados pela Cidade Luz. Em Paris, uma simples caminhada se torna reveladora, com o desabrochar da arte, música e culinária, que exuberam em cada esquina ou em um passeio pelas margens do Rio Sena. Os pontos turísticos são icônicos: conhecidos por todo o globo, serviram de inspiração para diversos clássicos do cinema e da literatura.

PARA VISITAR

Torre Eiffel

A estrutura de 324 metros e 10.100 toneladas é o símbolo de Paris. Durante muitos anos, a construção de Gustave Eiffel foi o edifício mais alto do mundo. Anualmente, é visitada por cerca de 7 milhões de pessoas. Do alto dos seus 1665 degraus, a vista para a cidade é deslumbrante. Ainda, a Torre Eiffel cintila nos cinco primeiros minutos de cada hora e do entardecer até a 1h da madrugada - um espetáculo à parte.

Arco do Triunfo

Construído entre 1806 e 1836, o arco é uma homenagem às vitórias da Grande Armada de Napoleão. O Arco do Triunfo é um símbolo da nacionalidade francesa, do seu patriotismo e orgulho. A construção de 50 metros é toda trabalhada em relevos e esculturas. Nela acontece a junção de 12 avenidas. Uma chama é acesa todas as tardes, às 18h30, destacando o túmulo do soldado desconhecido.

Louvre

O museu reúne um dos maiores e mais importantes acervos do mundo. São expostas 35 mil das suas 350 mil obras de arte, entre pinturas, esculturas, móveis e outros objetos. O local é enorme e repleto de salas e galerias. São necessárias muitas horas para explorar superficialmente o lugar. Por isso, recomenda-se elencar previamente o que deseja ver. A Mona Lisa, mais intrigante obra de Leonardo da Vinci, não pode ficar de fora, claro. O palácio foi construído em 1190 para proteger Paris dos vikings. Séculos depois, passou a ser Palácio Real, até virar Museu. A imponente Pirâmide de Vidro foi incorporada ao Museu em 1989.

Museu d'Orsay

Antiga estação ferroviária da virada do século XIX, para muitos é o museu mais bonito da capital francesa. O acervo abriga diversos mestres impressionistas, como Van Gogh e Monet, além de pinturas, esculturas, fotografias e outras produções artísticas.

Catedral de Notre-Dame

Erguida no lugar de um antigo templo romano, durante os séculos XII e XVIII, a catedral de Notre Dame é uma das principais representações da estética gótica. No local, foram coroados Henrique VI,

em 1422 e Napoleão Bonaparte, em 1804. Os belíssimos vitrais, janelas, portais e pinturas remetem à Idade Média. É possível acessar a torre da catedral no alto dos seus 387 degraus, para observar a vista e apreciar de perto as sombrias gárgulas.

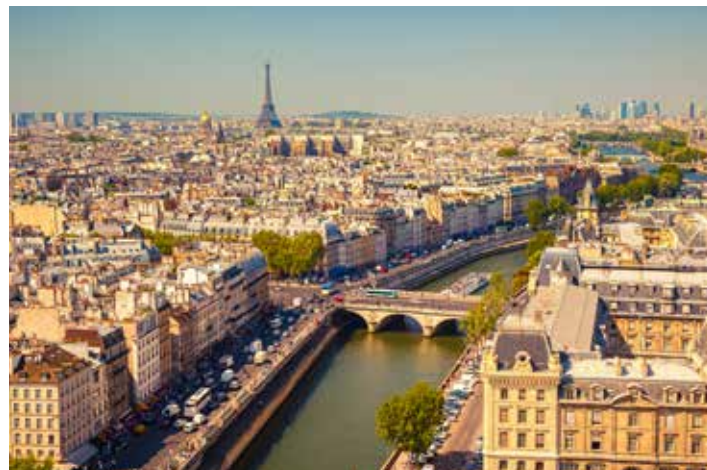
Basilica Sacré-Coeur

Construída no século XIX em mármore travertino, a Basilica foi concebida graças ao cumprimento de uma promessa, caso a França resistisse às investidas alemãs, durante a guerra franco-prussiana. A partir de suas escadarias, tem-se umas das mais belas visões de Paris, no topo da colina de Montmartre. Inclusive, o bairro de Montmartre é um dos pontos turísticos mais charmosos da cidade, com suas ruazinhas estreitas, fachadas coloridas e muita arte nas ruas.

Jardim de Luxemburgo

O maior parque público de Paris é o ponto de encontro dos estudantes da Universidade de Sorbonne. É também refúgio para aqueles que desejam momentos de paz e tranquilidade em meio à movimentação parisiense. O Palácio de Luxemburgo é a sede do Senado e foi construído a pedido de Maria de Médici, viúva de Henrique IV, para que pudesse recordar de Florença, sua terra natal.





CAPITAL DAS COMPRAS

As compras estão entre as principais motivações para visitar a Cidade Luz. Puderam! São 17.000 lojas, das quais 5.500 do segmento prêt-à-porter. Paris é historicamente referência em moda e em luxo e todas as grandes grifes do mundo possuem sede na cidade. É no Triângulo de Ouro, que vai da Porte Maillot à rotatória dos Champs-Élysées, passando pelas avenidas George-V e Montaigne, que estão as renomadas marcas de prestígio internacionais como Dior, Chanel, Gucci, Kenzo, Givenchy, Saint-Laurent Paris e Azzedine Alaïa, Louis Vuitton, Céline, entre outras. Já na região da Saint-Germain des Prés, Sèvres-Babylone e rue de Rennes, o ecletismo se faz mais presente. Dividem o espaço famosas grifes, lojas fast fashion, como H&M e Zara e também outras mais descoladas.

Le Bon Marché: umas das mais antigas e sofisticadas lojas de departamentos de Paris, foi inaugurada em 1852 e projetada pelo arquiteto Louis Auguste Boileau sob consultoria do escritório de engenharia Gustave Eiffel. O espaço contempla diversas grifes de moda feminina e masculina, acessórios, perfumarias, objetos de decoração e livros.

Colette: com 750m² distribuídos em três andares, oferece diversas lojas de livros, decoração, acessórios, moda, entre outros. A Colette possui uma seção de farmácia e perfumaria com produtos próprios e de alta qualidade, bem como marcas conhecidas.

Galeria Lafayette: impossível não se encantar com o maravilhoso prédio de dez andares em que esta tradicional loja de departamentos, de 1893, está localizada.

Galleries Printemps: mais uma incrível loja de departamentos, é famosa e popular entre os parisienses. Inaugurada em 1865, chama atenção por sua cúpula feita de vitrais coloridos.

PARA COMER

A gastronomia francesa dispensa comentários, tanto que é considerada patrimônio cultural e imaterial mundial da UNESCO. Em 2015, quatro chefs parisienses figuraram entre os Top 10 da revista "Le Chef". A oferta da culinária está em constante desenvolvimento, seja nos restaurantes, seja nas comidas de rua, sem deixar de lado tendências que ganham cada dia mais adeptos, como minirrestaurantes e mercearias finas. Isso sem falar nos famosos bistrôs, ambientes pequenos e descontraídos, que entregam excelentes menus com preços acessíveis. Eles são elaborados muitas vezes sob a batuta de chefs que já atuaram em estabelecimentos maiores e que agora incluem ingredientes simples em suas criações. Impossível resistir!

Restaurantes

Le Cinq: localizado no Four Seasons, o restaurante sob o comando do prestigiado chef Christian Le Squer possui três estrelas no Guia Michelin. A culinária é a clássica francesa e Squer trabalha constantemente na busca de novas texturas e sabores. A dica é o menu degustação de nove etapas, sendo quatro apenas de sobremesa.

Arpège: o restaurante do chef Alain Passard foi fundado em 1986 e está na vanguarda por apresentar um menu quase inteiramente vegetariano e assim mesmo ser considerado um dos melhores da França.

Benoit: um clássico francês, Chez Benoit foi inaugurado em 1912 e é um dos últimos autênticos bistrôs parisienses. Comandado pelo estrelado Alain Ducasse desde 2005, o restaurante segue com seu menu tradicional, decor original e uma estrela no conceituado Guia Michelin.

Guy Savoy: a mistura de sobriedade e sofisticação na decoração do restaurante do prestigiado chefe Guy Savoy reflete no menu, condecorado com 3 estrelas no Guia Michelin.

HOTEL PLAZA ATHÉNÉE PARIS: UMA VERDADEIRA EXPERIÊNCIA PARISIENSE



Em 20 de abril de 1913, uma novidade agitava a avenida Montaigne, em Paris. O Plaza Athénée havia aberto suas portas no número 25, com diversos apartamentos e um restaurante supervisionado, à época, pelo chef Jacques-León Colombier. O Hotel logo se tornou uma nova obsessão para compositores e artistas que comiam no restaurante regularmente após performances noturnas no teatro.

O restaurante Le Relais Plaza abriu em 1936: sua decoração foi confiada à designer de interiores Constant LeFranc, que o transformou em um templo Art Déco. Em 1947, Christian Dior tornou-se vizinho ao montar sua casa de costura na mesma avenida.

Em 1999, Alain Ducasse foi escolhido para supervisionar os serviços de catering do Hotel e criar o menu para o restaurante Alain Ducasse at Plaza Athénée, que recebeu três estrelas Michelin em 2001. Enquanto isso, Philippe Marc foi nomeado para o Le Relais Plaza e o aclamado chef patissier Christophe Michalak foi nomeado para La Galerie des Gobelins.

Em 2001, a Dorchester Collection anunciou a aquisição do Plaza Athénée, que passou a integrar o portfólio dos mais luxuosos hotéis do mundo. No mesmo

ano, o Le Bar foi reformulado pelo designer Patrick Jouin e logo se tornou um dos destinos mais populares de Paris. Em 2003, o Dior Institut foi aberto no Hotel e recebeu o prêmio de Patrimônio Vivo (Enteprise du Patrimoine Vivant) em 2011. O espaço oferece para homens e mulheres uma ampla variedade de tratamentos faciais e corporais, alguns desenvolvidos exclusivamente para o hotel. No ano seguinte, o Plaza Athénée recebeu a distinção oficial francesa de "palácio".

Em 2014, após vários meses fechado para renovação, o majestoso hotel reabriu suas portas e passou a oferecer seis novos guestrooms, oito suítes, um salão de baile, dois espaços para eventos. O lema do hotel "Era uma vez o palácio do amanhã" destaca dois elementos-chave. Primeiro, "Era uma vez" refere-se ao começo da história do hotel. A arquitetura de Haussman, a fachada, o lobby, as paredes de madeira do Le Bar, La Galerie, o restaurante Alain Ducasse at Plaza Athénée, La Cour Jardin e Le Relais Plaza, todos constam na lista de lugares históricos em Paris. A segunda parte do lema do hotel, "o palácio do amanhã", olha para o futuro e considera a melhor forma de integrar o palácio icônico ao mundo moderno sem trair a herança da propriedade.





Foto: Guillaume de Laubier



Foto: Niall Clutton



Foto: Guillaume de Laubier



Foto: Guillaume de Laubier

QUARTOS E SUÍTES

Marie-José Pommereau, responsável por decorar os quartos nos últimos 14 anos, foi a escolhida para a restauração de alguns apartamentos e suítes. O hotel agora tem 154 apartamentos e 54 suítes, tendo criado 14 quartos adicionais, incluindo oito suítes e seis apartamentos. Pommereau escolheu uma variedade de tons quentes para as paredes e materiais como damasco, bordados e seda de casas de costura de primeira linha para adornar as janelas, poltronas e camas.

Os seis apartamentos recém-criados têm vista para a avenida Montaigne e podem ser privatizados para uso exclusivo dos hóspedes, bem como serem transformados em um único apartamento. Essa é uma característica que atende bem às famílias: 80% dos quartos podem ser interconectados. As oito novas suítes incluem duas Eiffel signature, uma Deluxe e uma Prestige. Como se estivesse olhando para uma pintura, as suítes signature têm vista para a Torre Eiffel através de uma janela com moldura de prata.



Foto: Niall Clutton

Parte da missão de Pommereau incluía renovar muitos dos banheiros. Essa tarefa técnica e estética foi focada primeiramente na iluminação. Mármore branco e cinza, proveniente de Carrara, foi usado para adornar as paredes e novos espelhos refletem a luz para transformar esses banheiros em boudoirs do nosso tempo. Os hóspedes irão desfrutar de uma nova sensação de suavidade ao inserir uma cápsula no dispositivo do chuveiro, usando o inovador Skinjay, disponível nas 14 suítes excepcionais. Quando as cápsulas, dermatologicamente testadas, entram em contato com a água, liberam óleos essenciais, difundindo suas fragrâncias no chuveiro em um duradouro efeito calmante.

COMER & BEBER

O Plaza Athénée tem cinco restaurantes e um bar, proporcionando diferentes ambientes para atender a qualquer paladar e preferência. O Chef Alain Ducasse supervisiona todas as operações de preparação de comida e bebida, oferecendo uma interpretação livre e quase instintiva da *Haute Cuisine*. No cardápio, estão disponíveis pratos inspirados na trilogia peixe, legumes e cereais, sob a filosofia da culinária natural. Alinhada com a natureza e baseada no respeito à Terra, produz alimentos mais saudáveis e de forma ecológica. Os ingredientes são frescos e orgânicos, com destaque para os peixes, obtidos por pesca sustentável.



Foto: Eric Laignel



Foto: Pierre Monetta

Serviços: Teresa Perez Tours



TRADIÇÃO E SABOR

HÁ 18 ANOS, O VICOLO NOSTRO OFERECE UM PEDACINHO DA ITÁLIA AOS SEUS CLIENTES



Um pedacinho da Itália em São Paulo. É essa a sensação que o restaurante Vicolo Nostro passa aos seus clientes. O empreendimento, localizado no Brooklin, ocupa um espaço onde funcionava uma antiga fábrica de pães. Algumas características da construção original, como a estrutura, o pé direito alto e alguns tijolos aparentes, foram preservadas. Além disso, a minuciosa decoração foi planejada de maneira que, ao entrar no ambiente, é fácil perceber a atmosfera das charmosas vilas italianas.

Há 18 anos sob os cuidados da mesma família, a casa é destaque quando se trata de gastronomia italiana e está entre as indicações do renomado Guia Michelin. A cozinha é comandada pelo chef Cristiano Panizza, que busca referências na região Norte da Itália para compor as suas deliciosas criações. Entre os clássicos da casa, o Ossobuco de Vitelo com Risoto de Açafrão e Parmesão, e Tortelli di Zucca estão entre os mais pedidos. Tanto as massas quanto os pães servidos no restaurante são produzidos artesanalmente.



Além do menu regular, durante a semana no horário do almoço, há a alternativa pranzo espresso (cardápio executivo), que contempla deliciosas opções de entrada, prato principal e sobremesa. Para acompanhar, uma adega com mais de 370 rótulos de 13 países está à disposição para os apreciadores de um bom vinho – muitos deles disponíveis em meia garrafa ou taça.

Com três ambientes, o restaurante é um agradável local para eventos. Diversos mini weddings, eventos corporativos, batizados, bodas e aniversários são realizados no restaurante, que surpreende o público durante o dia com a incidência de luz natural e à noite com uma confortável iluminação acentuada pelas numerosas velas presentes no lugar, que conta ainda com um florido jardim.

No Vicolo Nostro, as crianças têm uma área exclusiva – com apoio de monitora – para que os adultos possam curtir o melhor do restaurante. Aos sábados, domingos e feriados há recreação para os pequenos, das 13h às 17h.

SERVIÇOS

Almoço

Segunda à Sexta: das 12h às 15h.
Sábado, Domingo e feriado: das 12h às 16h30

Jantar

Segunda à Quinta: das 19h às 24h.
Sexta e Sábado: das 19h à 01h

Rua Jataituba, 29, Brooklin - São Paulo/SP
Telefone: 11 5561.5287



O CORE

Por Cau Saad

Nos últimos anos, tem se falado muito no CORE na área da saúde. Mas afinal, o que isso significa? Core, em inglês significa núcleo.

No corpo humano, core é o centro de produção de força e geração de estabilidade e manutenção de alinhamento dos movimentos que transpõem todos os planos ou o estímulo de todas as capacidades físicas. Esses grupos de músculos rodeiam o nosso centro de gravidade - essa região está próxima ao nosso umbigo.

Constituída por 29 pares de músculos, que têm como principal função suportar o complexo lombo-pélvico-quadril, para que a coluna vertebral, pelve e a cadeia cinética estejam sempre estabilizadas durante a execução dos movimentos funcionais.

Por serem músculos responsáveis pela sustentação e estabilização de praticamente todos os movimentos de nosso corpo, é de suma importância que todos tenhamos nosso core fortalecido e estabilizado, pois trabalhar bem este conjunto de músculos é fundamental para a manutenção da funcionalidade e também para a prevenção de lesões.

Se, por acaso, a região do core estiver instável ou fraca, teremos padrões alterados e movimentos com falhas na execução.

Os músculos do core podem ser divididos em dois grandes grupos, conhecidos como locais e globais.

LOCAIS: responsáveis por promover a estabilização antes da execução de um determinado movimento, são recrutados por alguns milésimos de segundos, após os quais entram em ação os músculos globais.

GLOBAIS: são recrutados para que o movimento ocorra com eficiência e sem dor. Eles agem auxiliando na realização de praticamente todas as atividades e movimentos diários.

Ter os músculos do core fortes nos traz inúmeras vantagens e benefícios:

- Permite que haja mais potência gerada através da cadeia cinética.
- Evita lesões pois os músculos ficam fortalecidos e quando executamos os movimentos ocorre menos estresse nas extremidades do nosso corpo.
- Aumenta o equilíbrio.
- Gera uma permanente plataforma estável, isso permite assim movimentos limpos e eficientes, tornando os nossos membros mais fortes.

A palavra core não é somente um jeito mais fácil de citar um grupo de músculos. Então, agora que você aprendeu o quanto estes músculos são importantes, treine-os e verá a diferença na execução dos exercícios e nos movimentos realizados diariamente.



VICTORINOX



**ARCHITECTURE URBAN
EDIÇÃO LIMITADA**

Viagem. Trabalho. E muito mais.



QUEBRANDO TABUS

Por Pedro Granato

A partir do século XIX houve um crescimento dos movimentos feministas. A ampliação da exposição da figura feminina e sua liberdade levaram as mulheres a se preocuparem cada vez mais com aspectos estéticos envolvendo seus corpos. Diante disso, a busca por tratamentos estéticos que melhorassem a autoestima feminina não parou de crescer.

Inúmeros procedimentos na cirurgia plástica são capazes de mudar a vida de uma mulher, por exemplo, a mamoplastia redutora. A mulher, que antes estava impossibilitada de praticar atividades físicas e que sofria de dores nas costas ou mesmo não conseguia vestir qualquer tipo de roupa, se vê livre desses problemas após submeter-se ao procedimento. Pacientes fazem relatos emocionados no consultório, dizendo que se sentiram libertas após a cirurgia. O mesmo acontece com outros procedimentos.

Mas, na minha opinião, a cirurgia que mais exemplifica a liberdade feminina e o desejo individual da mulher de se sentir bem com ela mesma é a ninfoplastia. Trata-se da plástica da região genital, onde usamos de vários artifícios para melhorar estética e funcionalmente a região.

A primeira reação para quem não conhece ou não precisa do procedimento é de estranheza, questionando a real necessidade de submeter uma paciente a uma cirurgia com essa finalidade, mas a verdade é que os benefícios são muitos.

A ninfoplastia, também conhecida como labioplastia, consiste em um procedimento cirúrgico no qual anormalidades anatômicas congênitas ou adquiridas são corrigidas. Problemas como o crescimento anormal e assimétrico dos grandes e dos pequenos lábios, flacidez e a perda

de volume dessa região estão entre as queixas mais frequentes. Diversos são os fatores que podem atuar como causa para essas alterações adquiridas, dentre eles alterações hormonais, gravidez, múltiplos partos e o uso de substâncias anabolizantes.

Além dos benefícios estéticos, temos um ganho funcional enorme com a cirurgia, já que grandes e os pequenos lábios hipertrofiados podem causar desconforto durante a relação sexual por proporcionar maior atrito, podem favorecer a proliferação bacteriana na região e o mau cheiro.

A cirurgia em si é relativamente rápida e consiste em ressecar o excesso de tecido, simetrizando e harmonizando ambos os lados e, quando necessário, podemos lançar mão da lipoenxertia, que consiste em injetar gordura da própria paciente para dar volume e um aspecto mais jovial à região. O pós-operatório também tende a ser tranquilo, podendo a mulher voltar às suas atividades normais dentro de um curto período.

A procura por esse procedimento vem crescendo muito nos últimos tempos, assim como os recursos a serem utilizados para melhorar cada vez mais a qualidade do tratamento. Hoje, já existem aparelhos de laser para o rejuvenescimento genital feminino e congressos direcionados exclusivamente para essa região.



Sua própria aeronave sempre a sua disposição para você voar com segurança, sem preocupações e por apenas uma fração do custo.

• Propriedade Compartilhada de Aeronaves • Gestão Inteligente de Aeronaves

AVANTTO.COM.BR | +55 11 5627 4200

Entre em contato com um de nossos consultores.



Certificada pela ANAC



AVANTTO
ADMINISTRAÇÃO DE AERONAVES



GERANDO VALOR E PASSANDO POR CIMA DA CRISE

Por Mauricio Marquez

Lembro-me do cenário de alguns anos atrás como se fosse ontem. Mercado em desenvolvimento, agências estrangeiras aportando em um setor ávido por parcerias, marcas investindo pesado em comunicação, grupos internacionais buscando ativos locais para fortalecerem suas bandeiras e uma economia promissora e otimista com o Brasil surfando a maior de todas as ondas: o crescimento. Depois disso, só consigo me recordar do precipício profundo que se aproximava. Cito este momento da nossa história apenas para reavivarmos a memória e podermos comentar aqui as razões pelas quais algumas empresas estão bem, enquanto outras agonizam com suas feridas abertas.

Em tempos de pouco dinheiro tudo muda rapidamente e, infelizmente, algumas organizações demoram a reagir e ficam pou-sadas na inércia achando que tudo não passa de uma marola desprezível. Pois as coisas não são tão fáceis assim. Mercados como o do Rio de Janeiro se depararam com uma gigantesca muralha de concreto impedindo o seu crescimento e esmagando as corporações despreparadas como se fossem pó. Não foi à toa que dezenas de agências de publicidade fecharam as portas, trazendo um caos que propagou uma gigantesca instabilidade e derramou centenas de profissionais em um cenário com escas-sas oportunidades de emprego.

Mas como toda história ruim sempre tem um lado positivo, é dele que vamos tratar neste artigo. Afinal de contas, há empresas que conseguem passar por toda esta turbulência de forma bem tranquila.

Como investidor e CEO de uma das maiores agências de publicidade do Rio de Janeiro, pude notar a diferença entre aquelas que, apesar da crise, continuam crescendo, investindo e as que decaem por não conseguirem superar todas as dificuldades geradas ao longo do tempo. Situações como a baixa valorização dos seus serviços, falta de gestão, contratações sem sentido, gastos desnecessários em festivais e, principalmente, a falta de uma estratégia clara são algumas das mazelas que levam empresas de comunicação ao fracasso em tempos de austeridade econômica.

Outro ponto a ser colocado é que as organizações que estão bem nestes tempos difíceis possuem características muito semelhantes. Todas construiram suas histórias com base no ganha-ganha e não se submeteram às condições desvantajosas propostas por uma parte significativa do mercado. Outra particularidade destes players vem do fato de eles não serem dependentes de uma única forma de remuneração. Quando falo isso, me refiro às competências de uma agência, pois há muito tempo que clientes esperam muito mais dos seus parceiros: uma atuação estratégica em todos os pontos de contato de suas marcas gerando valor para ambos os lados. Não podemos deixar de citar que empresas que investiram em gestão possuem em seus ativos uma organização estrutural capaz de conter gastos e desperdícios, muito comuns neste setor. Sabemos o quanto é difícil pensar nisso, mas posso garantir por experiência própria que vale cada centavo investido ao longo do tempo

em construir uma empresa sólida. Isso tem feito a diferença neste momento. Empresas com estas características estão vendo a crise passar, e se tornando parceiros fortes e comprometidos com os resultados de seus clientes. Pois bem, aquelas agências que se renderam aos caprichos do passado não mais existem. Foram destruídas pelas armadilhas de uma estratégia equivocada, pelas baixas remunerações e pela falta de consistência.

Em tempos difíceis, todos querem estar ao lado dos fortes e somente quando se consegue gerar valor aos seus negócios e aos negócios de seus clientes se é respeitado. Tudo depende de como você está construindo a sua estrada. Os novos tempos mostrarão o quanto não foi em vão este sacrifício. Tudo é cíclico e tudo volta ao que era antes, precisamos ficar atentos e aprender com o passar do tempo, fortalecendo nossa estrutura e investindo em consistência. Essa é a palavra que dita tudo! Quando empresas investem em consistência, não se desesperam com crises. Olham para ela com respeito, mas seguem o seu caminho firmes e fortes.

Os tempos de mediocridade estão com os dias contados, a meritocracia vai dominar o mundo dos negócios e conseqüentemente das agências de publicidade e comunicação. Cada vez mais clientes vão esperar que seus parceiros ofereçam mais do que simplesmente um layout bonito. Vão exigir compromisso no crescimento de seus negócios, entregando estratégias geradoras de valor. Como diz o grande Nizan, "O lucro liberta". Precisamos mostrar aos nossos clientes o quanto é importante para eles terem empresas e parceiros fortes e estruturados ao seu lado para juntos saborearem os novos tempos de prosperidade.



DICAS PARA COMEÇAR UMA COLEÇÃO DE ARTE

Por Cristiana Tolovi

Assim como nunca é tarde para aprender algo novo, nunca é tarde para começar uma coleção de arte. Um bom conjunto de obras tem muito mais a ver com o perfil, do que com a quantidade. Uma grande coleção sempre começa modestamente pequena e com obras mais baratas. Esse é o primeiro conforto que dou quando recebo perguntas aflitas sobre: Como? Onde? Quando?

“O que tem início como passatempo – evolui para hobby e se torna obsessão –, acaba por se transformar em doença.” Ainda que dramática, a célebre frase, atribuída ao colecionador norte-americano Howard Rachofsky, é repetida por muitos amantes da arte, que comentam entusiasticamente quando foram mordidos pelo ‘bichinho’ do colecionismo e, hoje, além da casa repleta de arte, abrigam obras na casa da praia, na casa dos pais, em storages especializados.

Investimento para muitos, objetos de desejo para todos, as obras de arte de uma coleção evoluem, inevitavelmente, na medida em que cresce a dedicação e a paixão do colecionador e, amadurecem conforme a descoberta do que mais o atrai e instiga na arte.

VISITE, VISITE, VISITE

Galerias, coleções particulares, museus, feiras de arte. Visite galerias sempre que puder, afinal deve ser lá onde você irá adquirir suas primeiras obras.

Muitas pessoas relatam o quanto pode parecer intimidador visitar pela primeira vez uma galeria, mas isso é coisa do passado. Com o mercado cada vez maior, mais aquecido (acreditem, mesmo no momento pelo qual o país passa) e profissionalizado, as galerias estão cada vez mais abertas a todo tipo de visitação, de curiosos a decoradores, estudantes e crianças. Comece pelas mais tradicionais, que existem há mais tempo – por segurança, para depois aventurar-se a todas as outras que existem por aí. Leia tudo que estiver disponível no local, catálogos, releases, e sim, tire muitas fotos (inclusive das legendas, quando houver), seja para se lembrar do que mais gostou, seja para pesquisar mais depois. Peça para receber as newsletters ou, assine-as diretamente nos respectivos sites e passe a acompanhar a programação da galeria.

Aproveite para informar-se sobre obras múltiplas, tiragens e certificados de autenticidade (você precisará deles se algum dia quiser vender a obra, mas aí já é outra conversa) e detalhes técnicos sobre montagem, molduras e conservação. Visite coleções particulares abertas ao público (e conheça a história por detrás delas), como o Instituto Figueiredo Ferraz (em Ribeirão Preto, no interior de São Paulo), Coleção Marton (na Barra Funda, em São Paulo), Instituto Ling (Porto Alegre, RS) e, claro, Instituto Inhotim (Brumadinho, MG) O mesmo vale para Museus e feiras.

E quando viajar para fora do país, arrume uma brecha na agenda e visite de tudo um pouco – museus, galerias, centros culturais, feiras. As surpresas serão recompensadoras.

MATRICULE-SE EM ALGUM CURSO DE ARTE

Há cursos de todos os tipos, e nos mais variados formatos; mensais, semestrais, anuais, mestrados, cursos online, ministrados por artistas, por curadores, acadêmicos, para quem tem as tardes livres ou para quem é muito ocupado. Comece por alguma instituição de arte conhecida (em São Paulo há o MASP, o MAM, MIS e o Instituto Tomie Ohtake, por exemplo). Existem cursos ‘secretos’ espalhados por aí, que você acabará descobrindo quando for conversando com pessoas do meio. Além de aprender, são ótimas oportunidades para conhecer gente e conversar sobre o tema. Assim como qualquer outro hobby, é super bacana poder compartilhar dúvidas e descobertas com quem gosta do assunto, além de receber referências de filmes, livros, canais de arte, revistas e sites pra continuar pesquisando.

ABRA SEUS HORIZONTES

A arte relaciona-se com o mundo de uma forma surpreendente. Quanto mais interesse pelo conhecimento (filosofia, literatura, cinema, esportes, botânica e, uma infinidade de possibilidades), mais apurado estará o seu olhar para encarar uma obra e toda a narrativa que vem junto dela. A formalização de uma obra é apenas a ponta de um iceberg. Você se relacionará com ela de acordo com o seu ponto de vista, a sua vivência e experiências de vida.

A OBRA NÃO PRECISA COMBINAR COM O SEU SOFÁ

Pasme. Não precisa! Elas poderiam, no máximo, combinar entre si, o que significa que é interessante quando elas têm um diálogo, onde as possibilidades são infinitas; técnica, artistas da mesma geração, uma temática ou qualquer coisa que você invente.



Chance, de Regina Parra, Fotografia, 2015

PERFIL

Como mencionado antes, uma coleção pode ter um perfil específico e tudo dependerá do seu gosto, mas talvez você só descubra isso daqui a alguns anos. É normal que você queira trocar de obras com o passar do tempo. Há coleções dedicadas exclusivamente a fotografias, outras a um determinado grupo de artistas, e ainda as modernas, contemporâneas, de esculturas, exclusivamente de papel... Ou pode ter um pouco de cada coisa. Não há regras para algo que é seu.

PAIXÃO E INTUIÇÃO

Independente de qualquer opinião, índice ou coisa que o valha, compre o que gostar! Siga sua intuição e seu coração (no caso da arte isso também vale), pois o maior valor de todos é a convivência e a alegria de conviver com uma obra de arte que você gosta, diariamente.

DECORADOR X ART ADVISOR

É muito bacana poder contar com a ajuda de um profissional na hora de escolher as melhores primeiras obras de arte para a casa. O interessante é apenas ter a clareza dos perfis desses profissionais. Enquanto um arquiteto ou decorador tem o compromisso de entregar uma casa bonita e harmoniosa, e sempre ganha comissão das galerias (a 'reserva técnica'), o art advisor tem o compromisso com a coleção. Os mais conceituados não cobram RTs das galerias, e sim um valor fixo do colecionador, assim isenta-se de ser tendencioso. Ele poderá acompanhá-lo nas exposições, falará sobre o mercado e o ajudará até na catalogação de suas obras.

BUDGET

Engana-se quem pensa que apenas quem tem um grande orçamento é que pode ter uma boa coleção de arte. Quando se tem uma verba menor, é interessante concentrar-se em artistas jovens e emergentes e ir acompanhando suas carreiras e adquirindo (assim que possível) obras ao longo dos anos. Será muito gratificante ter percorrido esse percurso junto com o artista, o que inevitavelmente acontecerá. As galerias facilitam o pagamento ou você pode ter desconto à vista.

NÃO ACREDITE EM TUDO O QUE LÊ/VÊ

That's it...

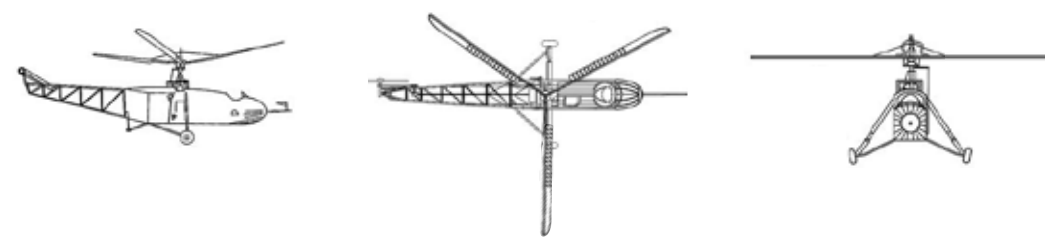
PATRIMÔNIO

Se o que te interessa, a princípio, no mercado de arte é a possibilidade de retorno financeiro, pense como se estivesse investindo para a construção de um patrimônio. O retorno raramente será a curto prazo, portanto, serão bens que ficarão para os seus filhos, seus netos. Com a vantagem de que você terá a vida toda para usufruir e desfrutar de sua convivência. Como eu sempre digo, troque menos de carro e compre mais obras de arte.

COMPRE!

Compre por amor, compre por impulso, compre por ser uma boa oportunidade, compre para presentear. Pode ser uma serigrafia, um múltiplo, uma obra única. Depois de tanto suor, chegou a recompensa!

E se quiser alguma dica a mais, é só me escrever: cristina@galeriamillan.com.br



VS-300

O SONHO DE IGOR SIKORSKY E SEU EMPENHO EM CONCRETIZÁ-LO TRANSFORMARAM A INDÚSTRIA DA AVIAÇÃO

O grande prazer que temos hoje ao embarcar em um helicóptero se deve, em parte à ousadia e genialidade do designer e piloto de testes Igor Sikorsky, que idealizou o VS-300. O inventor russo criou o primeiro helicóptero prático bem-sucedido do mundo, capaz de realizar o até então inédito voo vertical com um rotor principal acoplado a um rotor de cauda antitorque.

A persistência de Sikorsky mudou o curso da história da aviação. Sua primeira tentativa, ainda na Ucrânia, aconteceu na primavera de 1909 com um protótipo de madeira e motor de 25 cavalos. O segundo ensaio, um ano depois, envolveu dois rotores individuais de três pás, mas o projeto mal conseguiu sair do chão sem piloto. Igor engavetou a ideia do voo elevado vertical e seguiu com outros projetos com aeronaves de asa fixa. Mas, em 1930, já nos Estados Unidos, retomou os planos de concretizar seu sonho de projetar, construir e voar de helicóptero, o seu primeiro amor. À época, muitos lhe disseram que se tratava de um desafio impossível.

Em 1938, Sikorsky apresentou um argumento convincente para a United Aircraft, hoje United Technologies Corp., e o Conselho De Administração decidiu

investir US\$ 30.000 para que ele pudesse testar sua teoria. A configuração de rotor único por ele idealizada, associada à simplicidade do design, permitiu o posicionamento ideal dos principais componentes. Com isso, viabilizava-se o controle preciso de pairar em decolagens e pousos, bem como a rápida conversão para o voo horizontal.

É importante lembrar que a mente de Igor Sikorsky não foi a primeira a pensar no helicóptero. Antes dela, gênios como Leonardo Da Vinci, o britânico Sir George Cayley, o italiano Enrico Forlani-nini, os franceses Louis-Charles Bréguet e seu irmão Jacques, além de Paul Cornu e muitos outros, também efetuaram suas tentativas. A glória de Sikorsky reside na integração de tecnologias de forma inovadora, o que agregou eficiência ao sonho coletivo.

O VS-300 pesa pouco mais de 600 quilos e consiste em um quadro de tubo de aço soldado com um trem de aterragem de três rodas. Um motor de 75 cavalos de potência, correias de transmissão e engrenagens dirigiram o rotor principal de três pás e o rotor de uma pá de cauda de contrapeso de madeira. Em voo, o rotor principal girou em aproximadamente 255 RPM.



No dia 14 de setembro de 1939, do lado de fora da fábrica em Stratford, Connecticut, Igor sentou-se na cabine aberta do VS-300 vestindo o casaco que era sua marca registrada e um chapéu fedora. Ele puxou a alavanca de controle e o VS-300 se ergueu do chão, à altura das cordas que o prendiam. Mais alguns "saltos" nos dias seguintes e estava provado que a aeronave podia ser controlada. Ele e outros pilotos então voaram em diferentes variações do VS-300, totalizando 102 horas e 35 minutos em 1943.

Em 1942, o exército americano fechou com Sikorsky o primeiro contrato de produção de helicópteros da América. Já os primeiros modelos comerciais para transporte de passageiros, também lançados por ele, só surgiram na década seguinte.

O VS-300 foi doado por Sikorsky para o museu The Henry Ford em 1943. Na ocasião, ele e um piloto de testes demonstraram a manobrabilidade do VS-300 ao pousar uma das rodas sobre um lenço aberto no chão, deslizar uma espécie de lança presa ao nariz da aeronave através de uma pequena argola, e carregar cartas em uma "cesta de correio", também fixada no nariz. A partir do feito, o modelo passou a integrar o acervo do museu, na seção *Heroes of the Sky*.

Desde o início, a preocupação principal do inventor foi beneficiar a humanidade com o helicóptero, que poderia efetuar resgates e proteger pessoas em situações de guerra. Esse foi o seu grande legado, honrado pela Sikorsky Aircraft Corp., hoje líder mundial em design, fabricação e serviços relacionados a helicópteros.



O PONTO DE PARTIDA MAIS EXCLUSIVO PARA COMEÇAR A DESCOBRIR SÃO PAULO.

TIVOLI MOFARREJ - SÃO PAULO
ALAMEDA SANTOS, 1437 | CERQUEIRA CÉSAR
SÃO PAULO | SP | BRASIL

F: 55 11 3146 5900
E: reservas.htsp@tivolihotels.com
www.tivolihotels.com


THE LEADING HOTELS
OF THE WORLD®

TIVOLI
MOFARREJ
SÃO PAULO
HOTEL

PRAIA DO FORTE | SÃO PAULO | LISBOA | ALGARVE | COIMBRA | SINTRA

experience more



OBJETOS DE DESEJO

Colaboração: Andrea Toledo



O ESPÍRITO DAS ARTES MARCIAIS

O mostrador preto fosco, que revela um dragão azul com dois rubis nos olhos, dá o tom do Spirit of Big Bang, edição Bruce Lee Be Water. A peça, equipada com pulseira em borracha preta com couro de jacaré azul, tem reserva de marcha de 50 horas e resistência à água até 100m ou 10 ATM. O modelo é uma referência à filosofia do mestre, que preconizava: "A água pode fluir ou pode destruir. Seja a água, meu amigo.". Hublot www.hublot.com

ALL ABOARD!

Um perfume vintage, dos tempos em que a confiança no progresso se associava ao espírito de aventura, se revela na art déco da linha Transcontinental, produzida pela Vista Alegre. A celebração das proezas da tecnologia e da engenharia surge nas peças de porcelana, portas canetas, descanso para copos e caixa. Vista Alegre (11) 3085-3161.



GRACIOSIDADE ARREBATADORA

O relógio Reverso One Duetto Moon da Jaeger-LeCoultre apresenta duas faces e vários universos distintos. De um lado, a exibição poética das fases da lua, traçada em um disco de madrepérola e emoldurada por 28 diamantes. Do outro, revela-se o mostrador prateado, guilhotê com efeito de raios de sol e algarismos decalcados. O conceito Duetto – que anima dois mostradores adossados com um único movimento – é associado à fase da lua. O modelo possui versões com pulseira em couro de crocodilo ou com elos em aço ou ouro. Jaeger-LeCoultre - Shopping JK Iguatemi, SP.



ALL THAT JAZZ

O par de xícaras Jazz, da Vista Alegre, traduz a transcendência do ritmo, que se estendeu às mais variadas formas de expressão. A ruptura com o tradicional, marcante nas décadas de 1920 e 1930, se manifesta no design incomum das peças, que elevam ao status de arte o prazer de tomar um cafezinho. Vista Alegre (11) 3085-3161.

POKER NIGHTS

Criado para atrair o público masculino que busca produtos exclusivos, o conjunto de poker Sutton é composto por caixa feita em madeira nogueira, couro e fibra de carbono e fichas em níquel. A peça faz parte da coleção de jogos decorativos da marca e pode ser adquirida na flagship Ralph Lauren do Shopping Cidade Jardim, única da América Latina. Ralph Lauren Brasil (11) 3198-9470.



CLUBE DISPUTADO

Além de decorativo, o cooler é um carrinho simpático que ostenta a bandeira do clube das bebidas geladas. Ótimo para receber a todos com mordomia e o charme do design retrô, ainda é prático: vem equipado com abridor de garrafas na lateral e um compartimento para colocar as tampinhas. O cooler tem capacidade para 60kg ou 73 litros. Imaginarium www.imaginarium.com.br



BRINQUEDO MUSICAL

Fun e moderno: o amplificador Bloco Preto possui a tecnologia NearFA® (Near Field Audio). Quando um aparelho móvel compatível é colocado sobre o mimo high tech, ele instantaneamente amplifica o som – dispensando qualquer configuração. O produto é compatível com os dispositivos iOS® e Android®, além da maioria dos modelos com pelo menos um amplificador interno. Imaginarium www.imaginarium.com.br



CORRERIA DOMÉSTICA

A esteira MyRun, da Technogym, é ótima para quem gosta de correr em casa, graças ao seu design minimalista, elegante, compacto e funcionamento suave e silencioso. O equipamento fornece alto nível de dados, como a técnica dos usuários, programas personalizados e integração total via aplicativo. O feedback interativo instantâneo sobre a frequência e comprimento dos passos, assim como deslocamento, permitem a melhoria de performance do usuário. A superfície é capaz de identificar o ritmo de exercício e, se necessário, altera a superfície para um tom mais suave, capaz de absorver o choque e reduzir o risco de lesões. Technogym 0800 600 6070.



BAGAGEM PRECIOSA

Transporte seus vinhos com o carinho que eles merecem! A robusta parte externa da luxuosa mala para vinho da Rimowa é produzida em alumínio. O interior, em espuma, protege a bebida e contém compartimentos especiais para acomodar todos os utensílios, inclusive as taças. Parte integrante da linha Gourmet, o modelo tem capacidade para até seis garrafas. SAC Rimowa 0800 746 6920 www.rimowashop.com.br

ELEGANTE E INOVADOR

A inovação do cinto de couro preto Roberto Cavalli reside no fechamento por fivela na parte posterior, com três furos para ajuste. Com isso, a aplicação metálica dourada e a icônica menção que a marca sempre faz ao selvagem ganham destaque, assim como o detalhe de tressê. Roberto Cavalli - Shopping Iguatemi, SP.



DETOX PERFEITO

O extrator de suco da KitchenAid é um grande aliado para aqueles que valorizam a preservação dos nutrientes. O produto opera com sistema em dois estágios, que corta e depois extrai o máximo de sumo, garantindo um suco 100% natural e com maior aproveitamento. Os sucos são prensados a frio, com uma tecnologia que funciona por esmagamento e preserva enzimas e células vivas para oferecer maior quantidade de vitaminas e minerais ao corpo. Com ele, também é possível preparar outros tipos de alimentos, como molhos e geleias. KitchenAid www.loja.kitchenaid.com.br



PRIMEIRA PEDALADA

Concebida para crianças a partir dos dois anos, a bicicleta de equilíbrio Runna diverte enquanto estimula o equilíbrio e a orientação espacial: ela não possui freio, nem pedais. Os pequenos controlam e dão o impulso com os pés e, com o tempo, conseguem se equilibrar sobre as duas rodas. Produzida em madeira, vem com buzina, cesta de tecido e pneu calibrável. A peça, que pesa pouco mais de cinco quilos, está disponível nas cores verde, preta, azul e rosa. Fast Shop Kids www.fastshop.com.br





JAPÃO AO VIVO

Por Marcelo Fernandes

Na última edição, contei um pouco sobre a minha primeira relação com a cultura nipônica, resgatando minhas memórias, mas desta vez escrevo direto do Japão, de uma forma diferente, lazer com a família.

Aproveitei as férias escolares de julho dos meus filhos para proporcionar-lhes a emoção e a experiência de viver a cultura japonesa.

Aqui no Japão, percebo que os japoneses têm um olhar atento para as crianças, há total liberdade de ir e vir. Um amigo japonês, por exemplo, dono de uma rede de restaurantes, tem um único filho de cinco anos, o garoto vai e volta sozinho para a escola. Veja, e não é que a escola esteja do outro lado da rua! É longe... Ele acorda às 5h40 da manhã e sem auxílio de nenhum adulto, tem de pegar ônibus e na sequência um metrô e ainda caminha de 10 a 15 minutos. Incrível, né? Isso acontece em Tóquio e todos nós sabemos que não se trata de nenhuma cidade interiorana. Ao questionar os pais sobre essa autonomia,

eles simplesmente riram e nos responderam: "É, às vezes ele atrasa". Quando acontece, a mãe, mais preocupada, liga para o pai e fica tensa, mas lembram de que estamos no Japão e ela simplesmente acessa um aplicativo no seu celular e em instantes sabe, exatamente, onde o filho está, devido a um tipo de GPS que tem no relógio do menino - simples assim. Essa é a liberdade e autonomia nipônica das crianças.

Em uma linha de ônibus pude observar dois irmãos, um com no máximo oito e a outra com seis anos, o mais velho cuidava da irmã menor. Assim que subiram no ônibus, um senhor ofereceu o seu lugar. E próximo ao ponto de descer, o menino apertou a campainha, que estava na altura dele. Tudo é projetado para que as crianças consigam ser independentes. Na sequência, o menino apresentou seu cartão de estudante ao motorista e desceu. Após o ônibus partir, ambos atravessaram a rua, na faixa de pedestre, e seguiram seu caminho brincado um com outro. Na maior tranquilidade e alegria!

Logo na infância, os japoneses são orientados a organizar os espaços, são educados nos processos de reciclagem, além da disciplina e do respeito com o próximo. Quase não existem lixeiras nas ruas, mas nem por isso descartam seu lixo em qualquer lugar. Aqui a ordem é levar seu lixo para casa e o depositar no lugar correto, seguindo as normas da reciclagem.

O estudo das tradições e costumes dos antepassados faz parte do currículo escolar. Em nossas visitas aos templos, museus e lugares históricos, observamos muitos grupos de estudantes mirins. Todos uniformizados. Meninas com saias, camisa com gravatas e meias 3/4. Os meninos de calça, camisa e também gravata. Sempre em filas, 'niponicamente' comportados, ouvindo as explicações do professor. São discretos e passam despercebidos. Porém não só as crianças têm esta preferência, também os idosos ou aqueles com necessidades especiais, têm toda a preferência. Desta forma reina o respeito com uma disciplina inigualável. Realmente é incrível! Tudo organizado, limpo e seguro.

Em frente às escolas, observamos várias bicicletas, patinetes, etc. Tudo organizado. No entanto, parecem todas iguais. Como sabem qual bicicleta é de quem? Fiquei sem saber. Talvez as posições sejam precisamente memorizadas por eles. De fato, as bicicletas estão por todas as partes. Com ciclovias bem sinalizadas, pavimentadas, iluminadas e cuidadas. Desta forma, é o meio de locomoção da maior parte dos japoneses. Aliás, aqui no Japão para a pessoa comprar um carro ela precisa, primeiramente, comprovar que possui um lugar privado para estacionar o veículo.

Em cada transporte público que utilizamos, pude observar o silêncio e a eficácia da educação japonesa. Eles fazem filas para entrar no metrô, por exemplo. Esperam pacientes as pessoas que estão dentro descendo. Nos diversos meios de transportes, independente do dia da semana e horário, não se ouve ninguém conversando. Atender ao celular? Nem pensar! É uma falta de educação! Sempre estão com os silenciosos celulares em mãos, lendo um livro ou tirando um cochilo! A impressão que nos dá é que vão perder a estação de descer, quando rapidamente saltam na hora certa! "Hai!" Para sair das estações de metrô, há outra regra: quem está sem pressa

fica parado no lado esquerdo da escada rolante. Já quem está com pressa, segue subindo pelo lado direito.

Japonês acorda cedo, almoça e janta muito cedo também. No quesito alimentação, apesar de acharmos que comem sempre de maneira saudável, vejo presente o consumo de guloseimas, muitos doces e refrigerantes a todo o momento. Com uma diferença, comem pouco e devagar.

Somos constantemente observados por eles. Alguns até perguntam: "De onde são?" Quando falamos que somos do Brasil, aparecem-se os sorrisos e cordialidade, misturados à simpatia oriental! Desta forma estou transmitindo aos meus filhos que o respeito e a disciplina devem ser a prioridade para conquistarmos a confiança para avançarmos na cultura tão única e fascinante neste outro lado do mundo.

Temos surpresas em cada parque visitado, tudo pontual e sistemático. Não mudam absolutamente nada. Às vezes parecem até robôs humanos.

Nas lojas de brinquedos reinam as figurinhas, símbolos temáticos locais e os brinquedos com muita tecnologia! Se a experiência é fascinante para os adultos, imaginem para as crianças? Sempre pensando na formação do jovem japonês.

Todas essas particularidades na cultura japonesa refletem em suas entregas na economia, cozinha e qualidade de vida.

Desta forma aproveitamos e saímos com a sensação de continuidade, a necessidade de perpetuar os ensinamentos em nossa caminhada.



COMO É FEITA A NOSSA MODA?

Por Manu Carvalho

Textão. Não de tamanho, de profundidade. Sim, por que nossas ideias de moda são tão superficiais quanto saber qual é a marca, se a roupa veste bem, pensar se vai usar, com o quê e quando. Em geral, não sabemos os significados de formas, cores e afins. Nem que imagem vamos imprimir, querendo ou não, nem que estilo ou procedência tem o que vestimos. Muito menos o impacto do nosso consumo no planeta.

A gente não pensa como são feitas nossas roupas e acessórios. De onde vêm os materiais, com que mão de obra, em que condições. Se a nossa moda é feita de trabalho ilegal, de onde vêm as pedras das nossas joias, como são tirados os couros e peles que usamos, se as marcas dos nossos produtos de beleza fazem testes em animais, se os materiais e as embalagens são recicláveis, se nosso consumo fortalece o mercado local ou não. Mas está mais do que na hora.



Falar do planeta é tendência. E a Terra está na moda não pela beleza, sucesso ou novidade. Pelo contrário. Está perdendo sua beleza natural, num modelo de fracasso de administração e com a constatação latente de finitude. O assustador é que esse fim parece ser muito mais rápido do que a gente imaginava. O susto, o medo do futuro próximo e o desejo de mudar essa queda vertiginosa, faz com que o tema seja recorrente. É uma tendência de comportamento nos sentirmos mais responsáveis pelo universo.

Nessa virada de século, vivemos a revolução digital e a globalização. As ideias de fim do mundo voltaram à tona e, junto, seu próprio alerta em forma de destruição, com extinções na fauna e na flora e tragédias ambientais; secas, enchentes, terremotos e o aquecimento global. Isso vem gerando uma nova consciência sobre tudo e criando uma sociedade com um pensamento mais sustentável, menos predatório. Somos de uma geração que está vendo tudo acontecer. Recursos naturais, como a água, acabando diante dos nossos olhos. Não é mais uma previsão de futuro, é agora.

Na indústria da moda, imagino que muitos não acompanhem, vemos escândalos envolvendo trabalho ilegal em grandes marcas desde os anos 90. As denúncias repetidas sobre práticas ilegais no Brasil e no mundo nunca cessaram, mas agora os acontecimentos são mais e melhor divulgados e alardeados. Em 2013 houve um acidente numa fábrica em Bangladesh, na Índia, que matou e feriu milhares de trabalhadores. Logo em seguida, outro em Prato, na Itália. Desde então, a discussão em defesa dos direitos humanos e do meio ambiente ganhou fôlego e movimentos começaram a aparecer em prol de um novo modelo profissional, que respeite o trabalhador e o meio ambiente, promova a criação e distribua os lucros mais equilibradamente. São associações, ongs, sites, publicações, manifestações, campanhas, documentários e até aplicativos como ferramentas de informação e engajamento. Vale dar uma olhada em tudo.



Para citar alguns exemplos, The True Cost (valor verdadeiro), lançado no Netflix, é um filme sobre o impacto da indústria da moda nas pessoas e no planeta, toca diretamente na equação de fast fashion, preço e mão de obra. Outro projeto interessante é o Fashion Revolution, que vimos nas redes sociais agora em abril, cobrando transparência na cadeia produtiva de roupas. Em mais de 80 países, pessoas postaram uma foto com a etiqueta da sua roupa perguntando “quem fez minha roupa?”.



Determinadas marcas já têm essas informações e compartilham. Algumas têm, mas não publicam. E outras ainda não se organizaram. Nem toda marca faz seu produto, a grande maioria terceiriza, o que pode envolver uma série de fornecedores. Isso fora o próprio processo e suas etapas, do cultivo do material ao fechamento de cada peça. É muita gente e não é fácil mensurar e acompanhar. Mas é necessário. Enquanto os governos e a indústria formam suas métricas, leis e mecanismos de fiscalização, temos que contar com os canais existentes, nosso interesse, curiosidade, busca e a noção do poder do consumidor de fazer pressão para mudança. Made in China, Made in Italy ou France, Made in USA ou Feito no Brasil devem ter o mesmo padrão. E devemos saber.

Outro dia, numa loja de uma marca que amo, olhando uma dessas bolsas desejo, perguntei à vendedora, que pele era aquela. E ela prontamente respondeu, “É essa mesma que você está pensando... Tem que tirar a pele do bichinho vivo, para ficar assim macio, senão o pelo endurece”! Para mim bateu forte. Acho que é em momentos como esse que cada um de nós começa a rever e lapidar seus conceitos. Logo vamos ter que fazer esse tipo de escolha, seja porque posicionamento já faz uma boa legenda de selfie, seja porque sentimos o aperto mesmo. Em contraponto à tônica da falta de ética, vemos também uma nova ética contemporânea se desenhar; orgânica, comprometida, refinada.

Claro que um consumo mais inteligente e responsável tem um custo. Por que o oposto disso foi criado não só para facilitar os processos e gerar grandes lucros, mas para baratear o preço final. Agora, num cenário mais amplo, acho que esta é uma boa hora de trocarmos o raciocínio sobre relação de custo x benefício para custo x valor. Dos highs aos lows da moda, não é questão de preço, é de mentalidade. Aqui estamos falando do homem, do animal, do planeta.



Wedding Destination Praia do Rosa



Realizando o sonho de casar no paraíso



A Fazenda do Rosa

possui um cenário paradisíaco com o infinito calmo do mar azul, areias brancas e um magnífico pôr do sol que somados a uma infra-estrutura completa contribuem para a realização do sonho de qualquer casal.

- @fazendadorosa
- /fazendaverdedorosa
- www.fazendaverdedorosa.com.br
- (48) 3355.7272



UM SAFÁRI DIFERENTE

PASSEIOS DE BALÃO SOBRE O DESERTO DA NAMÍBIA E VOOS PANORÂMICOS DE HELICÓPTERO SOBRE AS VICTORIA FALLS SÃO APENAS ALGUMAS NOVAS EXPERIÊNCIAS EM SAFÁRIS QUE GARANTEM AINDA MAIS EMOÇÃO E AVENTURA

Por Tomas Perez



Acho que todo mundo sabe, quando o assunto é vida selvagem: a África é um continente sem fronteiras e um destino imbatível. Quase perdi as contas de quantas vezes já visitei o continente, e a cada viagem encontro uma nova experiência, uma atração diferente, novas paisagens e infraestrutura cada vez melhor para receber os visitantes.

A exuberância da natureza africana é espetacular.

Avistar os grandes animais selvagens, escutar o som forte das manadas percorrendo as savanas ou testemunhar uma cena de carinho entre uma leoa e seus filhotes são vivências marcantes, que ficam para sempre na nossa memória. Isso tudo sem contar os cenários incríveis, ainda intocados, e a chance de ter contato com tribos e povos cheios de histórias e modos de vida fascinantes. E há também emoção, aventura e experiências para sair do lugar-comum.



VOOS DE HELICÓPTERO SOBRE AS VICTORIA FALLS

Na divisa entre Zimbábue e Zâmbia, uma região de safáris ainda não tão badalada, quando o rio Zambezi despenca precipício abaixo para dar vida às fascinantes Victoria Falls, os estrondos são tão potentes que chegam a arrepiar. Mesmo de longe, a quilômetros, é possível avistar a imensa “fumaça” formada pelas gotículas das cataratas. E de perto é ainda mais impressionante. A melhor época para visitar a Zâmbia e o Zimbábue é de maio a novembro, quando a temperatura está mais amena e não ocorrem muitas chuvas. O lodges por lá aproveitam esse período para oferecer um voo panorâmico de helicóptero, com duração de 30 minutos, de onde é possível ver toda a grandiosidade das cataratas. É um programa obrigatório, de tirar o fôlego, tanto para quem já conhece a região quanto para os aventureiros de primeira viagem. Para quem gosta de esportes, esta parte da Victoria Falls também é o lugar ideal. Passei um réveillon lá e, dentre as atividades que experimentei, o rafting e as piscinas naturais que se formam no curso do rio Zambezi, tudo com a chance de encontrar com elefantes e hipopótamos pelo caminho, foi inesquecível.





VOOS DE BALÃO SOBRE O DESERTO DA NAMÍBIA

Neste continente imenso, a paisagem não se resume às savanas. Um passeio de balão ao amanhecer sobre o Deserto da Namíbia revela a beleza exótica do país: um mar de areias vermelhas, que formam dunas extraordinariamente elevadas que vão mudando de cor à medida que o sol incide sobre elas. Os safáris no país estão voltados justamente para a apreciação desses cenários de beleza ainda pouco vista, perfeitos para roteiros fotográficos e com uma intrigante vida selvagem, que tem que se adaptar ao deserto e suas condições inóspitas. Em regiões como Skeleton Coast e Serra Cafema, já próximo à Angola, a Namíbia apresenta ainda paisagens inspiradoras e a chance de contato com o povo Himba, que está renascendo para o mundo ao mesmo tempo em que mantém seus costumes intactos.

Claro, há muitas formas de fazer um safári por toda a África e em outra oportunidade vou falar aqui dos parques e reservas naturais de Uganda, África do Sul, Quênia, Tanzânia e Botswana, que reservam experiências para todos os gostos. Ver de perto a Grande Migração no Quênia e na Tanzânia; a emoção de fotografar os Big Five na África do Sul; o contato com os gorilas-das-montanhas em Uganda; enfim, aventura e emoção são sempre garantidas neste continente sem fronteiras.

SEU REFÚGIO EXCLUSIVO EM UMA DAS 7 MARAVILHAS DA NATUREZA.



BELMOND

HOTEL DAS CATARATAS

IGUASSU FALLS

Desconecte-se e aproveite o tempo para criar lembranças memoráveis com acesso exclusivo às Cataratas do Iguazu.

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



Ele usa **jaqueta** Minha Avó Tinha (11 3801-4124), **camiseta** Hangar 33 (11 3956-0404), **calça** Highstill (11 3611-5575), **tênis** Dudalina (11 2308-0595) e **relógio** Tag Hauer para Monte Cristo (11 3032-8905).

Ela usa **body** Maria Sanz (27 3024-0470), **colete** Patogê (31 3334-2014), **saia** Fit (11 3088-6548), **cinto** Cantão (11 2197-6374), **sapatos** Capodarte (11 3812-4049), **brincos** Priscila do Vale (11 2476-3900) e **frasqueira** Rimowa (11 3078-8401).



Ele usa terno e gravata Aramis (11 3814-9587) e camisa Ermenegildo Zegna (11 3031-4771).
Malas Rimowa (11 3078-8401).

Ela usa vestido TVZ (11 3661-1104) e acessórios Rommanel (0800-11-4990).



Ela usa macacão Kika Simonsen (11 3060-5639). Ele usa trench coat Ermenegildo Zegna (11 3031-4771), camisa Aramis (11 3814-9587), calça Ellus (11 3061-2900), cinto Dom Shoes (11 2268-1226), sapatos VR (11 3081-2919) e mala Rimowa (11 3078-8401).

FICHA TÉCNICA **Produção e Estilo:** Ju Hirschmann e Miki Shimosakai. **Beleza:** André Florindo. **Fotógrafos:** Rafael Neddermeyer e Tom Dib. **Modelos:** Fernanda Vecchini e Guto Montanari.



SOCIAL DOM PÉRIGNON

A AVANTTO, EM PARCERIA COM A DOM PÉRIGNON, OFERECEU AOS SEUS CLIENTES UM JANTAR ELABORADO PELO CHEF PASQUALE MANCINI HARMONIZADO COM DOM PÉRIGNON BLANC 2005 E DOM PÉRIGNON P2 – SEGUNDA PLENITUDE – 1998, NO DIA 3 DE AGOSTO NO TERRAÇO ITÁLIA. PRA FECHAR A NOITE, A KOPENHAGEN PRESENTOU OS CONVIDADOS COM SEUS CHOCOLATES.



- 1 - Raphael Vidigal
- 2 - Mariana Coelho e Rudy Gatolin
- 3 - Sergio Comolatti e Ana Lucia Comolatti
- 4 - Regina Dottori e Mauro Dottori
- 5 - Rogério Andrade
- 6 - Paulo Naddeo e Sandra Naddeo
- 7 - Giampiero Colognori Jr.
- 8 - Samuel Trevisan e Loide Trevisan
- 9 - Eduardo de Toledo e Silvia de Toledo
- 10 - Debora Trevisan e Wayne Trevisan



SOCIAL SUMMER GOLF

A AVANTTO PATROCINOU O 8º BRASIL SUMMER GOLF OPEN, QUE ACONTECEU PELA PRIMEIRA VEZ EM SÃO PAULO, NOS DIAS 23 E 24 DE JULHO, NO SÃO FERNANDO GOLF CLUB.



1 - Adhemar Cabral, Andre Caruso e Mello
2 - Ana Paula e Diego Borghi
3 - Margarete e Adhemar Cabral
4 - Adriano Fernandes e Giampiero Colognori Jr.
5 - Eduardo Simões, Adriano Barcellos, Fabio Negrão e Johnny Garcia



6 - Ângelo Derenze e Selma de Sá
7 - Alexandre Bacelar, Enrique Ambrosio e Otavio Mesquita
8 - Gustavo Costa, Ludiana Brock e Felipe Chacon
9 - Juliana Lourenço, Lais Lourenço, Aline Luna e Lais Luna
10 - Elisabete de Souza, Alair Cabral e Regiane Cabral
11 - Fabio Ferraz e Fernando Ferraz



SOCIAL KUROTEL

ACONTECEU NOS DIAS 13 E 14 DE AGOSTO A ABERTURA DO GRAMADO WINTER SEASON, QUE CONTOU COM UMA PROGRAMAÇÃO REPLETA DE ARTE, MODA, GASTRONOMIA, MÚSICA E CINEMA NA INCRÍVEL VILLA SERGIO BERTTI AO LONGO DO MÊS DE AGOSTO. O EVENTO TEM PATROCÍNIO DA STELLA ARTOIS, JAGUAR LAND ROVER E KUROTEL.



13 - Adriana Abuhassan, Sandra Costa, Juliana Abuhassan e Bárbara Azevedo
14 - Tony Firjan e Alexandre Bacelar
15 - Marcelo Barros e Fernando Guinato
16 - Marcelo Varella, Helio Meirelles, Rafael Thomé e José Rubens Cavalari
17 - Nadja Alves, Samuel de Souza e Maria Priscila
18 - Víctor Park e Alexandre Bacelar



1 - Rita Berti e Cristiano Berti
2 - Bruna Cramer e Roberto de Assis Moreira
3 - Marcio Coracini e Jonas Caliarri
4 - Juliana Moura, filha e Danrlei de Deus Hinterholz
5 - Marina Ciconet
6 - Mariela Silveira, Rochele Silveira, Barbara Silveira e Luis Carlos Silveira



UMA AERONAVE PARA CHAMAR DE SUA

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



Challenger 300

Ano: 2013
Número de serie: 20383
Horas voadas: 1.889
Passageiros: 9



Global 5000

Ano: 2009
Número de serie: 9289
Horas voadas: 2.165
Passageiros: 13



Falcon 900EX

Ano: 2000
Número de serie: 54
Horas voadas: 6.749
Passageiros: 14



Challenger 604

Ano: 1997
Número de serie: 5356
Horas voadas: 5.686
Passageiros: 10



Challenger 601-3R

Ano: 1993
Número de serie: 5139
Horas voadas: 8.504
Passageiros: 10

Para mais 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 FINAL DE SEMANA

DEU SAUDADES DO VERÃO? AS DICAS DESSA EDIÇÃO SÃO LITERALMENTE QUENTES, POIS ESCOLHEMOS LOCAIS ONDE AS TEMPERATURAS SÃO PREDOMINANTEMENTE ALTAS O ANO INTEIRO. NÃO SERIA EXAGERO DIZER QUE ELAS ESTÃO LOCALIZADAS EM VERDADEIROS PARAÍSO TROPICAIS, PRONTOS PARA ACOLHER SEUS HÓSPEDES COM TODA A ELEGÂNCIA E SOFISTICAÇÃO. SEJA PARA RELAXAR CONTEMPLANDO AS BELAS PAISAGENS, SEJA PARA PRATICAR ALGUM ESPORTE, MERECEM FIGURAR NA SUA LISTA DE PRÓXIMOS DESTINOS.



Kenoa Exclusive Beach Spa & Resorts

Situado na Barra de São Miguel, no belíssimo litoral de Alagoas, o Kenoa Exclusive Beach Spa & Resorts repousa sobre uma paisagem de tirar o fôlego, onde o turquesa do mar é predominante. O eco-chic design resort foi concebido para oferecer a mais perfeita estadia para os seus hóspedes. As instalações são divididas entre suítes ou vilas com um design sofisticado e acolhedor mesmo tempo. Uma delas, a Kenoa Villa, tem 200m² e acesso direto à praia, além de uma piscina aquecida de borda infinita. O restaurante fica na área central do resort, que ainda possui um winebar para os apreciadores de vinho e um lounge para curtir a luz do luar. O SPA dispõe de diversos tratamentos para que a sensação de relaxamento e tranquilidade seja ainda mais completa.



Nau Royal Hotel Boutique & Spa

O hotel possui a chancela dos seletos empreendimentos que compõem o Roteiro de Charme. O lugar é perfeito para casais que buscam sofisticação e tranquilidade no Litoral Norte de São Paulo. O Nau Royal Hotel Boutique & Spa conta com apenas 13 apartamentos, garantindo privacidade e exclusividade aos seus hóspedes. Nas areias claras de Camburi, o hotel também é palco de muitos casamentos à beira-mar. O SPA, que tem parceria com a L'Occitane e o restaurante Azul Marinho garantem prazerosas experiências gastronômicas. Para acompanhar, a adega oferece diversos rótulos de várias partes do mundo.



Casa Turquesa

A Casa Turquesa foi minuciosamente idealizada para que os seus hóspedes se sintam em casa. Cada detalhe da impecável decoração compõe o charmoso espaço fincado no centro histórico de Paraty. As nove espaçosas suítes são divididas nas categorias máster e luxo e são nomeadas pelas cores que predominam na decoração de cada um dos ambientes. A cozinha é um grande atrativo e, inclusive, já foi tema de livro com suas saborosas receitas. Ao voltar dos passeios, os turistas são recepcionados com um delicioso café da tarde com direito a bolo recém-saído do forno.



Kilombo Villas & Spa

Em Tibau do Sul, Natal, o Kilombo Villas & Spa possui um design moderno e tecnológico. Suas instalações convivem na mais perfeita harmonia com a natureza local, quase selvagem, que possibilita a prática de várias atividades, como caiaque, passeios de barco, a cavalo ou de quadriciclo, kite surf, voo livre e buggy. A cozinha é predominantemente brasileira com um toque mediterrâneo requintado. Ingredientes frescos, como peixe, camarão e lagosta estão sempre presentes no menu. O Kilombo Villas & Spa possui ainda um serviço de mordomo para que tudo seja realizado a contento dos seus hóspedes. O luxo está sempre presente, mas sem abrir mão do respeito ao meio ambiente, como o uso de energia solar, água mineral retirada de lençóis freáticos a 72 metros de profundidade e tratamentos de resíduos por processos biológicos.

A AIR BP DESENVOLVEU UMA PARCERIA MUNDIAL PARA OFERECER À SEUS CLIENTES A MELHOR SOLUÇÃO PARA PLANEJAMENTO DE VOO

- Fácil utilização em qualquer plataforma: celular, tablets, PC's.
- Tudo integrado em um único sistema e com tecnologia na nuvem.
- Prepara e envia o plano de voo em poucos minutos; sua interface com as salas AIS é direta e automática e as confirmações são enviadas ao seu celular.
- Avançado "briefing pack" enviado automaticamente por e-mail.
- Suporte 24 horas por dia, sete dias por semana.
- Agendamento de abastecimento feito no aplicativo.



MAIS INFORMAÇÕES:
11 3054 9490



SOBRE A AVANTTO

PROPRIEDADE COMPARTILHADA



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

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

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

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

GESTÃO DE AERONAVES

A Avantto coloca em benefício do proprietário toda sua experiência em administração, para que você fique com a melhor parte.

Serviços oferecidos:

 DESPESAS REDUZIDAS	 MANUTENÇÃO DE EXCELÊNCIA	 INTERCÂMBIO DE AERONAVES	 LOGÍSTICA SIMPLIFICADA	 TRIPULAÇÃO QUALIFICADA
<p>Em virtude de sua escala de consumo, a Avantto oferece substancial redução de custos operacionais.</p>	<p>Controle, planejamento e acompanhamento da execução das manutenções.</p>	<p>Disponibilidade total, mesmo com a sua aeronave parada. Modelos de aeronave para qualquer tipo de missão.</p>	<p>A coordenação de voos planeja toda a logística das missões de maneira simples, rápida e eficaz.</p>	<p>Rigorous programa de recrutamento e capacitação para que sempre exista um tripulante disponível para atendê-lo.</p>

COMPRA E VENDA DE AERONAVES



COMPRA

- SELECIONAMOS AERONAVES QUE ESTÃO DENTRO OU FORA DO MERCADO,
- NEGOCIAMOS SEMPRE O MELHOR PREÇO DE COMPRA,
- ACOMPANHAMENTO DE PRÉ-COMPRA COM MECÂNICOS E ENGENHEIROS ESPECIALIZADOS.

VENDA

- AVALIAÇÃO DE PREÇO DE AERONAVES,
- DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIA DE VENDA PARA CONCRETIZÁ-LA SEMPRE NO MENOR PREÇO E COM O MELHOR VALOR POSSÍVEL,
- CANAIS EXCLUSIVOS DE DISTRIBUIÇÃO INTERNACIONAL,
- ASSESSORIA JURÍDICA E AERONÁUTICA, TRAZENDO SEGURANÇA E DINAMISMO A TODAS AS NOSSAS OPERAÇÕES.

RAZÕES PARA SER AVANTTO



SEGURANÇA



100% DE DISPONIBILIDADE



COMODIDADE



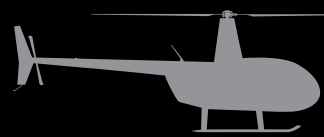
RACIONALIDADE



PRAZER



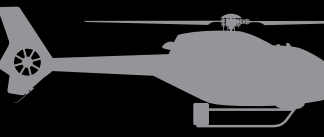
FROTA AVANTTO



Robinson R44

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

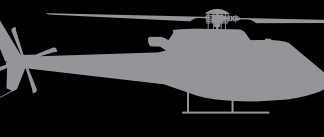
O excelente custo/benefício do Robinson R44 justifica o título de helicóptero mais vendido do mundo. Prático, ágil, perfeito para movimentação em grandes cidades, tem preferência dos executivos.



EC 120 Colibri

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

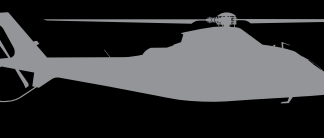
Quando as portas se fecham e o Colibri decola, você entende porque ele é considerado o helicóptero mais silencioso do mundo. O design arrojado e a cabine espaçosa garantem excelente visibilidade.



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.



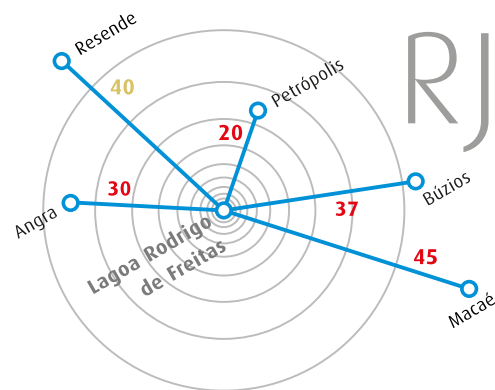
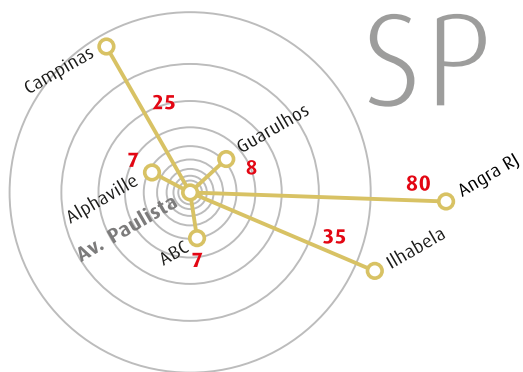
Phenom 300

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.

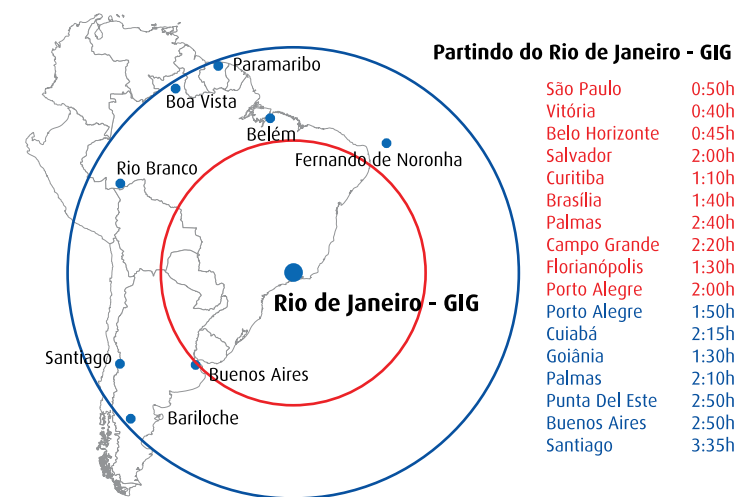
CONFIRA O TEMPO DE ALGUNS TRAJETOS VOANDO EM SEU PRÓPRIO HELICÓPTERO.

TEMPO EM MINUTOS



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

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





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.



Alexandre Rodrigues
@alexandre_rps



Leonardo Rebuffo
@leonardorebuffo



André Soares
@flysoares



Luis Amaral
@lamarula



Instagram
 @avanttooficial
 #vidadepiloto
 #helicopteros
 #jatos
 #avantto
 #vidanaavantto



Luis Amaral
@lamarula



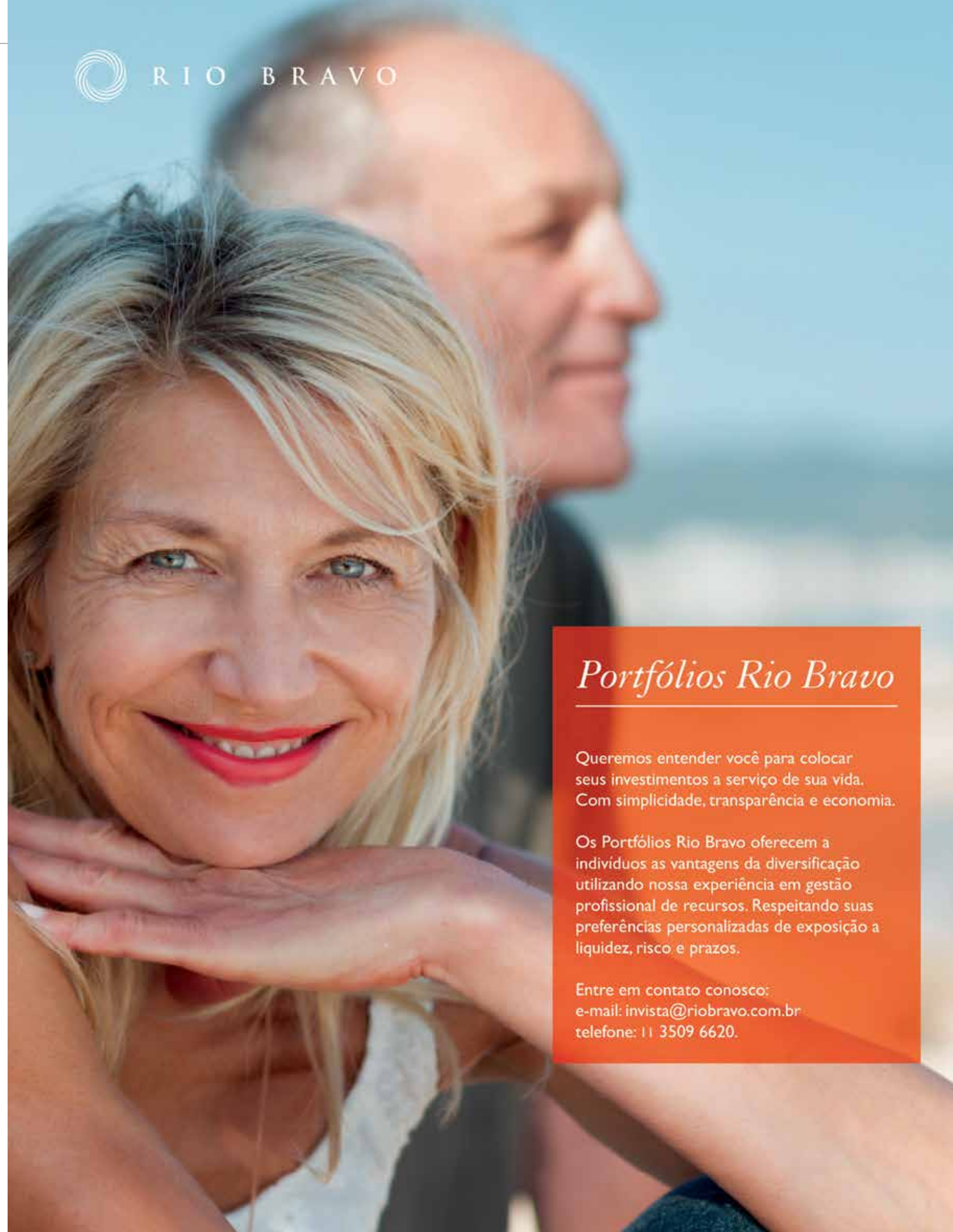
Marques Toshiro
@toshirouno



Marx Ferreira
@marx_ferreira



Marcelo Bousquet
@marcelo.barreto.lima



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: 11 3509 6620.



THE CHRONOGRAFF

GRAFF

THE MOST FABULOUS JEWELS IN THE WORLD

BAL HARBOUR SHOPS 305 993 1212

WWW.GRAFFDIAMONDS.COM