



AVANTTO

LIFESTYLE MAGAZINE



EPIC E1000GX

NOVIDADE DA FROTA AVANTTO PARA
VOCÊ GANHAR TEMPO, EXPANDIR SEUS
NEGÓCIOS E APROVEITAR SOMENTE
A MELHOR PARTE DE VOAR.



Escaneie o QR Code
e saiba mais sobre
esta aeronave.

avantto.com.br
avantto@avantto.com.br
+55 11 5627.4200



PASSAGEIROS:
4



VELOCIDADE
DO CRUZEIRO:
617 KM/H



ALCANCE:
2.890 KM



AVANTTO



NOVAS FRONTEIRAS

Em meados de 2023, a **Avantto** assinou um acordo comercial inédito na história da companhia: a representação exclusiva no país da empresa norte-americana Epic Aircraft, fabricante do avião “single engine” mais veloz de sua categoria, o EPIC E1000GX. Um movimento que tem nos permitido a partir deste ano – com a chegada das primeiras aeronaves, projetadas para operar em pistas curtas –, darmos passos decisivos em direção a um setor que é estratégico: o agronegócio.

Essencial para a economia do Brasil, o agronegócio representa quase ¼ do PIB nacional. Por sua grande capilaridade dentro de um país de dimensões continentais, o setor demanda alta conectividade dos seus executivos entre as suas unidades agrícolas, industriais e corporativas – um desafio para o qual a aviação executiva se apresenta como solução mais assertiva. Estar ao lado e poder oferecer a nossa frota e know-how de serviços aos principais players deste mercado tem sido fundamental para a expansão de nossas fronteiras comerciais.

É também com este propósito que a **Avantto** tem participado dos principais eventos de aviação executiva do Brasil. De norte a sul, temos levado a nossa proposta de valor sobre o investimento inteligente em mobilidade aérea, por meio do programa de compartilhamento de propriedade, do qual somos líderes de mercado na América Latina há mais de uma década.

Foi procurando abordar novos horizontes que criamos os conteúdos desta edição da **Avantto Lifestyle Magazine**. Falamos aqui sobre a evolução das viagens em tempos de inteligência artificial; de quais serão os próximos passos para a implementação dos eVTOLS no Brasil; e dos segredos da longevidade nas “blue zones”, regiões do mundo onde as pessoas vivem mais – e melhor.

Essa busca por ampliar fronteiras é o que nos move na **Avantto**. Um interesse genuíno pelo novo. Um olhar para o futuro, sem abrir mão de viver intensamente o presente, nem tampouco esquecendo do que conquistamos no passado. Afinal, valorizar o tempo é a nossa especialidade.

Boa leitura!

ROGÉRIO ANDRADE
CEO Avantto

SUA AERONAVE

sempre disponível



Conheça o programa de compartilhamento de aeronaves da Avantto e fique apenas com a melhor parte.

avantto.com.br
avantto@avantto.com.br
+55 11 5627.4200



AVANTTO



Conteúdo

34

UM BRINDE A MENDOZA

A CAPITAL DO VINHO NA ARGENTINA
É UM DESTINO REPLETO DE ATRAÇÕES
E EXPERIÊNCIAS ÚNICAS.



BUSINESS

12 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: O futuro das viagens

LIFESTYLE

20 LONGEVIDADE: O segredo das 'blue zones'

28 ESTILO: Um olhar sofisticado sobre o mundo country

TRAVEL

40 HOTELARIA: Rosewood São Paulo

46 HOTSPOTS: Destinos para ir de Avantto

AERO

52 EXCLUSIVO: Catarina Aviation Show 2024

58 DIRETO DA BAHIA: Golfe no Terravista Trancoso

59 FORÇA DO AGRO: Aviation XP em Goiânia (GO)

60 MOBILIDADE URBANA: Expo EVTOL 2024

64 PERFIL: Wilson Romanini

MUNDO AVANTTO

68 SERVIÇOS: Avantto Share

70 FROTA: As aeronaves da Avantto

72 ONLINE: Blog Avantto Lifestyle

74 OLHAR DO ALTO: A fotografia de Cássio Vasconcellos



EXPEDIENTE

ANO IV / Nº 22 — 2024
AGO/SET/OUT

CEO
ROGÉRIO ANDRADE

GERENTE DE MARKETING
JULIANA LIMENA

CONTATO
AVANTTO@AVANTTO.COM.BR

COLABORADORES
ALFREDO SOARES, CARLOS DEGAS
FILGUEIRAS, CAU SAAD,
DIEGO REVOLLO, FABIO NUNES,
GUSTAVO FRANCO, PAULA SETÚBAL,
TOMAS PEREZ

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO
LUXURY CONTEÚDO

JORNALISTA RESPONSÁVEL
FABIANO MAZZEI

PROJETO GRÁFICO
EMERSON LUIS CAÇÃO

PRODUÇÃO GRÁFICA
GRÁFICA VIENA

REDES SOCIAIS

 @AVANTTOOFICIAL

 /AVANTTO

 /AVANTTO

 /CANAL AVANTTO

Opinião



GUSTAVO FRANCO

ECONOMISTA E SÓCIO FUNDADOR DA RIO BRAVO INVESTIMENTOS, E EX-PRESIDENTE DO BANCO CENTRAL APONTA OS RUMOS DA ECONOMIA.

Pag. 10



FABIO NUNES

CONSULTOR DA EGON ZEHNDER, ESPECIALISTA EM BUSCAR TALENTOS PARA EMPRESAS ELE ABORDA AS CARREIRAS QUE ESTÃO EM ALTA NO AGRONEGÓCIO.

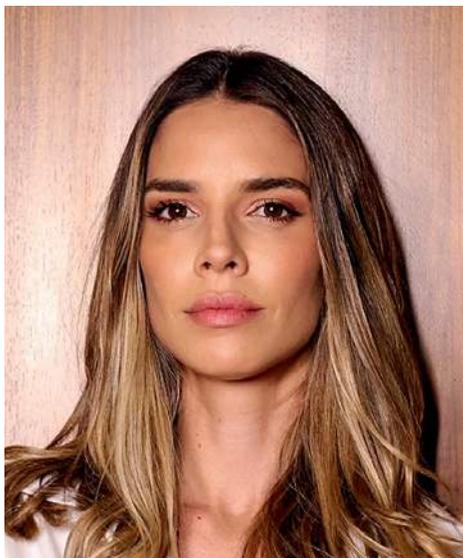
Pag. 26



CARLOS DEGAS FILGUEIRAS

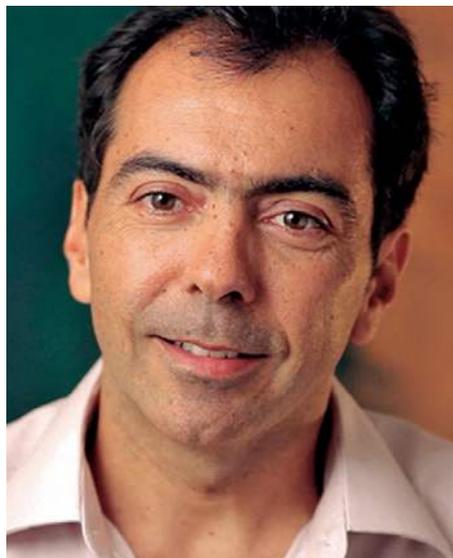
CO-FUNDADOR DA GESTORA DE VENTURE CAPITAL BEWATER, ELE FALA SOBRE EMPREENDEDORISMO PARA A REVISTA AVANTTO.

Pag. 16



PAULA DRUMOND SETUBAL

ADVOGADA, CRIADORA DE CONTEÚDO E MÃE DOS GÊMEOS EDUARDO E HELENA. AQUI, ELA FALA SOBRE FAMÍLIA, MATERNIDADE E COMPORTAMENTO HUMANO.
Pag. 62



TOMAS PEREZ

À FRENTE DA TERESA PEREZ TOURS, O PRESIDENTE DA EMPRESA, ECONOMISTA E PUBLICITÁRIO COMENTA SOBRE AS TENDÊNCIAS DO TURISMO.
Pag. 48



DIEGO REVOLLO

ARQUITETO PAULISTANO, É UM DOS NOMES ANTENADO E CONTEMPORÂNEO, ELE COMENTA SOBRE ARQUITETURA E DECORAÇÃO.
Pag. 56



ALFREDO SOARES

FUNDADOR E MENTOR DA G4 EDUCAÇÃO E PRESIDENTE DA LOJA INTEGRADA, ELE FALA AQUI SOBRE MARKETING E VAREJO.
Pag. 32



CAU SAAD

PERSONAL TRAINER E ESPECIALISTA EM NUTRIÇÃO ESPORTIVA, ELA TRAZ DICAS SOBRE COMO CUIDAR DO CORPO E TER UMA VIDA MAIS SAUDÁVEL.
Pag. 66



A DIVERGÊNCIA

POR GUSTAVO FRANCO

O COPOM foi criado em 1996, já faz mais de um quarto de século, e sua reunião mais recente, a de número 262, fez muito barulho. Não foi a primeira vez em que, nesse colegiado, que sempre teve 9 membros, se observou um 5 a 4.

Foi a segunda.

A primeira foi também recente, na reunião de número 256, de 02/08/2023.

Os dois únicos casos de 5 a 4 na história do COPOM foram, portanto, já na vigência do regime que alterou a sistemática dos mandatos dos dirigentes do BCB (LC179/2021). Os dois 5 a 4 ocorreram na parte da presidência de Roberto Campos Neto, que fica no interior da presidência Lula. Compreensível, ainda que inquietante.

Para entender o significado dessa divergência, é útil refletir sobre o que se passou nas 190 reuniões anteriores (a partir de 22/05/2002, de número 71): em apenas 28 dessas reuniões (14,7% dos casos) houve voto divergente, ou minoritário. Afora os dois casos recentes de quatro divergências, se observam 13 casos com três, 12 com duas, e apenas um caso de um divergente solitário.

Nunca houve caso de divergência “de substância”, aquela mais profunda, na qual o minoritário queria ir na direção contrária do Comitê. Foram sempre divergências de “dosagem” (0,25% a mais ou a menos, mas para o mesmo lado, por exemplo)

“

Cada banco central faz de um jeito, em respeito à sua história. O nosso sistema é o que melhor se adapta ao nosso passado em matéria de bagunça com a governança da moeda.

”

ou de “timing”, ou seja, para apressar ou atrasar um ciclo que se confirma na reunião seguinte através de votos unânimes.

Essa propensão ao consenso nada tem de acidental, e é bem mais que uma “cultura” da casa. A diretoria do BCB é colegiada por força de lei (art. 3, LC179/2021), ou seja, toma decisões sempre por consenso e por isso possui uma única voz.

Por transitividade o COPOM funciona como colegiado, pois, afinal, se confunde com a diretoria do BCB, numa sessão especial, que funciona com a mesma dinâmica das outras reuniões, ainda que seja temática e traga chefes de departamento e seus números e estudos.

Uma diferença importante, entretanto, é a transparência: extensas atas transmitem inúmeras mensagens e, inclusive, registram os votos divergentes, funcionam como indicação de viés decisório.

Cada banco central faz de um jeito, em respeito à sua história. O nosso sistema é o que melhor se adapta ao nosso passado em matéria de bagunça com a governança da moeda e ao risco de captura sobretudo do CMN, esse sim, uma jabuticaba e um perigo.

Sempre será possível melhorar alguma coisa, mas certamente seria um retrocesso substituir a colegialidade por um sistema de bancadas dentro do BCB.



O FUTURO DAS VIAGENS

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMEÇA A TRANSFORMAR A INDÚSTRIA DO TURISMO, COM ALGORITMOS CAPAZES DE PERSONALIZAR AO MÁXIMO A EXPERIÊNCIA DOS VIAJANTES, ALÉM DE PROPORCIONAR UMA GESTÃO DE DADOS QUE TORNA AS OPERAÇÕES DO SETOR MAIS ÁGEIS, EFICIENTES E SEGURAS.

Por **FABIANO MAZZEI**

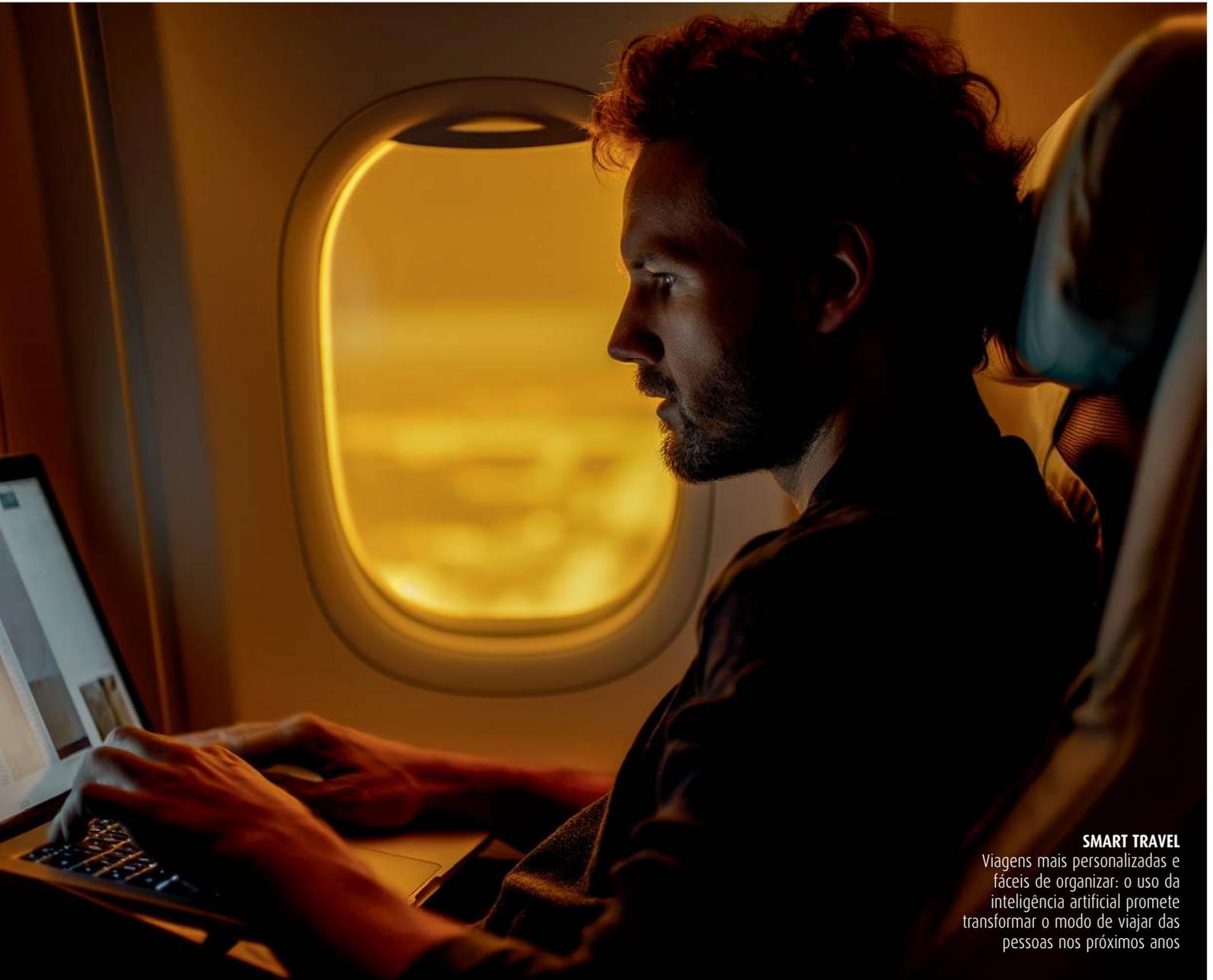
Vai viajar a trabalho ou lazer? Até bem pouco tempo atrás, este era o principal fator de classificação das viagens para as companhias do setor. Porém, na era dos dados do mundo atual, a quantidade de informações que é possível se extrair de cada passageiro ou hóspede permite uma hiper segmentação de interesses como nunca antes vista. Dentro dessa jornada de personalização – e da necessidade de analisar e gerar insights a partir destes dados, de forma ágil e eficiente –, uma tecnologia em especial assume o papel de protagonista: a inteligência artificial (IA).

São estes algoritmos inteligentes que têm colaborado com as companhias aéreas e agências de turismo na construção de roteiros completos de viagem, confrontando datas, horários, clima, disponibilidade nos

hotéis, entre outros dados. Eles também têm ajudado as empresas do setor a elevar suas performances comerciais com campanhas de venda mais assertivas, a partir do reconhecimento de padrões e da análise de comportamento dos clientes na internet. Além disso, têm exercido uma função vital na orquestração de tarefas nos terminais aeroportuários. O futuro do setor de turismo está sendo remodelado graças ao avanço da inteligência artificial (IA), que promete estimular a transformação mais disruptiva da história desta indústria nos próximos anos.

Existe, ainda, o impacto financeiro. Segundo o relatório “Travel & Hospitality AI Market”, publicado pela IndustryArc, a previsão é de que o IA represente US\$ 1,2 bilhão em novos negócios no turismo mundial até 2026. De





SMART TRAVEL

Viagens mais personalizadas e fáceis de organizar: o uso da inteligência artificial promete transformar o modo de viajar das pessoas nos próximos anos

maneira mais ampla, estudo recente da consultoria McKinsey aponta que a utilização da IA deve destravar entre US\$ 2,6 trilhões e US\$ 4,4 trilhões anualmente em toda a cadeia produtiva global.

A adoção da tecnologia – em especial, na sua versão generativa – tem respondido à demanda das pessoas por experiências mais personalizadas e memoráveis quando decidem viajar, bem como o desejo delas em organizar tudo isso de maneira mais ágil e fácil.

Mas como isso funciona? “Pense que, até hoje, você precisa preencher dezenas de campos em um formulário online – destino, datas, horários, quantidade de pessoas, bagagem, preferência de quartos, itinerários –, na hora de montar a sua próxima viagem”, diz Vik Krishnan, pesquisador associado da consultoria McKinsey em San Francisco (EUA), em painel online no fim de 2023.

“Com IA, é possível definir todos estes detalhes em uma só pergunta ao assistente virtual da empresa de turismo. O que esperamos em relação ao usuário final é uma forma de planejar roteiros muito mais simplificada e assertiva”, afirma Krishnan.

Então, em breve, bastará perguntar ao chatbot: “por favor, pode me ajudar com uma viagem de três dias a Nova York, em setembro, com duas crianças de 5 e 15 anos, em hotel próximo ao Central Park e fazer reservas para um espetáculo infantil na cidade?” E a nova tecnologia será capaz de responder a esta requisição com o máximo de precisão possível, em menos de dois minutos.

IA NOS NEGÓCIOS

Se a IA promete levar a personalização das viagens a um patamar inédito, para os operadores ela será essencial na garantia de que tudo isso aconteça efetivamente como contratado, elevando ainda mais o resultado comercial das empresas. Na hotelaria, por exemplo, a IA já tem colaborado com a maximização das taxas de ocupação dos quartos, por meio de estratégias de preços dinâmicas, que ajustam os valores e a oferta a partir da análise de dados sobre o histórico dos hóspedes e fatores externos como o clima e eventos na cidade.

Ferramentas alimentadas por IA têm contribuído na criação de campanhas de vendas mais eficientes também. Elas monitoram a internet em busca de fragmentos de informação deixadas por usuários da rede – como likes em

fotos de viagem no Instagram, busca por roteiros, faixa de preço que estão dispostas a pagar por determinada passagem aérea – e, a partir disso, gerar ofertas que sejam realmente relevantes para cada indivíduo, aumentando a assertividade e a performance de vendas.

No setor de transporte, a IA tem colaborado para dar maior eficiência operacional. Em um aeroporto, por exemplo, cada aterrissagem de um avião dá início a um processo com dezenas de tarefas simultâneas que precisam ser executadas com perfeição para que tudo funcione dentro do programado, sem atrasos. É uma orquestração complexa de informações que inclui desde qual “finger” está disponível para o desembarque dos passageiros, o manuseio das bagagens, reabastecimento da aeronave, catering, limpeza da cabine, troca eventual da tripulação – tudo isso dentro do prazo prometido pela empresa aérea.

MOMENTO

Todo este impulso tecnológico alinha-se a um momento próspero do setor de viagens pós-pandemia. De acordo com estimativa do World Travel & Tourism Council (WTTC), o setor deve bater recorde histórico neste ano em participação no PIB mundial – algo em torno de US\$ 11,1 trilhão.

Serão mais de US\$ 770 bilhões extras na geração global de riqueza, com 142 países registrando alta na atividade em 2024. A expectativa é de que os gastos nas viagens ao Exterior cheguem a US\$ 1,89 trilhão; já o turismo doméstico deve movimentar US\$ 5,4 trilhões. Cifras que confirmam o setor como força econômica global: a cada US\$ 10 faturados no planeta neste ano, um terá origem no turismo.

No Brasil, o visitante estrangeiro injetou R\$ 34,5 milhões na economia em 2023, segundo dados do Ministério do Turismo. A quantia é 1,5% maior do que a arrecadada em 2014, ano da Copa do Mundo de futebol no país. No total, foram cerca de 6 milhões de turistas internacionais que desembarcaram por aqui no ano passado.

Os números demonstram a determinação crescente das pessoas em viajar mais, viver novas experiências, desfrutar de bons hotéis e da gastronomia ao redor do mundo. Cabe ao setor atender a essa vontade com máxima qualidade e eficiência. A inteligência artificial e todas as tecnologias digitais correlatas vão ajudar as empresas a cumprir essa missão.



SEM ATRASOS
Operações aeroportuárias se tornarão
mais eficientes com a adoção de IA



VENTURE CAPITAL E O NOVO PERFIL DO EMPREENDEDOR

POR **CARLOS DEGAS FILGUEIRAS**

Recentemente, o ecossistema de Venture Capital (VC) tem testemunhado uma transformação significativa no perfil do empreendedor ideal. Até 2021, em um cenário de taxas de juros baixas e grande otimismo nos mercados, os fundos de VC buscavam fundadores que pudessem maximizar retornos rapidamente, a qualquer custo. No entanto, com a mudança do cenário econômico e a crescente escassez de *funding*, o perfil desejado pelas gestoras mudou.

Até 2021, dada a abundância de capital e o ambiente de alta confiança nos mercados, os fundos priorizavam empreendedores com uma visão clara e ambiciosa, focados em disruptar mercados estabelecidos com ideias inovadoras no menor tempo possível. Para que isso ocorresse, os fundadores precisavam articular eficazmente suas estratégias para fundos, investidores e equipes, convencendo-os do potencial de suas ideias. A lógica era captar recursos rapidamente e comprar *market share*, mesmo que isso implicasse em queima acelerada de caixa.

Havia uma preferência por fundadores com forte formação acadêmica e habilidades em *fundraising*. A capacidade de falar outros idiomas também era valorizada, facilitando a comunicação com investidores internacionais. Esses fundadores precisavam ser persuasivos, conquistando a confiança dos fundos para continuar financiando seus sonhos ambiciosos.

A partir de 2022, o cenário de *funding* mudou. A abundância de capital reduziu-se abruptamente,

“

Diante das mudanças recentes no cenário econômico e da escassez de *funding*, os fundos de VC começaram a valorizar fundadores que tivessem a capacidade de fazer mais com menos.

”

dando lugar a uma onda de ceticismo em relação ao segmento de VC. Empresas anteriormente agressivas em suas estratégias foram obrigadas a se adequar, priorizando eficiência, rentabilidade e execução precisa.

De acordo com uma pesquisa publicada pela

LAVCA (The Association for Private Capital Investment in Latin America) em junho de 2023, o volume de investimentos em VC na América Latina caiu de US\$ 15,9 bilhões em 2021 para US\$ 7,9 bilhões em 2022 – e apenas US\$ 1,8 bilhões no primeiro semestre de 2023. Neste novo cenário de restrição de financiamento, a margem para erros e utopias reduziu-se significativamente, exigindo um novo tipo de empreendedor.

Diante dessas mudanças e da escassez, os fundos de VC começaram a valorizar fundadores que tivessem a capacidade de fazer mais com menos. Gestão e execução, temas presentes há décadas no ambiente corporativo, voltaram à pauta, como características críticas para o sucesso das companhias. Liderança e mobilização de equipes passaram a ser priorizados, dada a importância de se manter processos e fluxos. A necessidade de resiliência foi ampliada, com sonhos adiados exigindo paciência e perseverança para serem alcançados.

Esses novos empreendedores passaram a ser valorizados por sua capacidade de operar em ambientes de escassez, mostrando habilidade em ajustar suas estratégias e executar com precisão. A ênfase agora está em encontrar líderes que possam navegar pelas adversidades e guiar suas empresas rumo à sustentabilidade e ao sucesso a longo prazo.

E como fica daqui para a frente? Difícil dizer, mas olhando para o futuro, é provável que uma característica perene seja a adaptabilidade. Em uma nova realidade impulsionada por inteligência artificial, a única constante será a mudança.



Escolha a rota
mais confiável para
**proteger e assegurar
o futuro da sua família.**



Matriz: Av. Presidente Juscelino Kubitschek, nº 510 - Conj. 101/102, 10º andar - São Paulo - T. +55 11 3385-5656

Escritórios: Rio de Janeiro | Belém | Curitiba | Campinas | Campo Grande | Cuiabá | Maceió | Porto Alegre

A **Lifetime** cuida do seu patrimônio a partir da sua perspectiva de futuro.

Nossas soluções incluem:

- Carteira Administrada**
Gestão profissional e dinâmica;
Acesso ao mercado institucional e exclusivo;
Alinhada aos seus objetivos.
- Planejamento Patrimonial, Fiscal e Sucessório**
Planejamento patrimonial e financeiro visando a preservação e a perpetuação do seu patrimônio.
- Gestão de Fundos Exclusivos**
Com gestão profissional e mandato personalizado.
- Construção de Portfólio de Investimentos**
Arquitetura aberta;
Gestão dinâmica;
Alocação adequada;
Eficiência Fiscal e de custos.
- Gestão de Patrimônio**
Fazemos a gestão do seu patrimônio financeiro, familiar e empresarial.

Acesse e saiba mais:
lftm.com.br



Acesse o QR Code e fale com um de nossos especialistas!

 Lifetime Family Office

A VIDA EM TONS DE AZUL

CONHEÇA AS “BLUE ZONES”, REGIÕES DO MUNDO ONDE AS PESSOAS VIVEM MAIS TEMPO GRÇAS A UM ESTILO DE VIDA ATIVO, ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL, CONTATO COM A NATUREZA E PROXIMIDADE DA FAMÍLIA E DOS AMIGOS

Por **FABIANO MAZZEI**

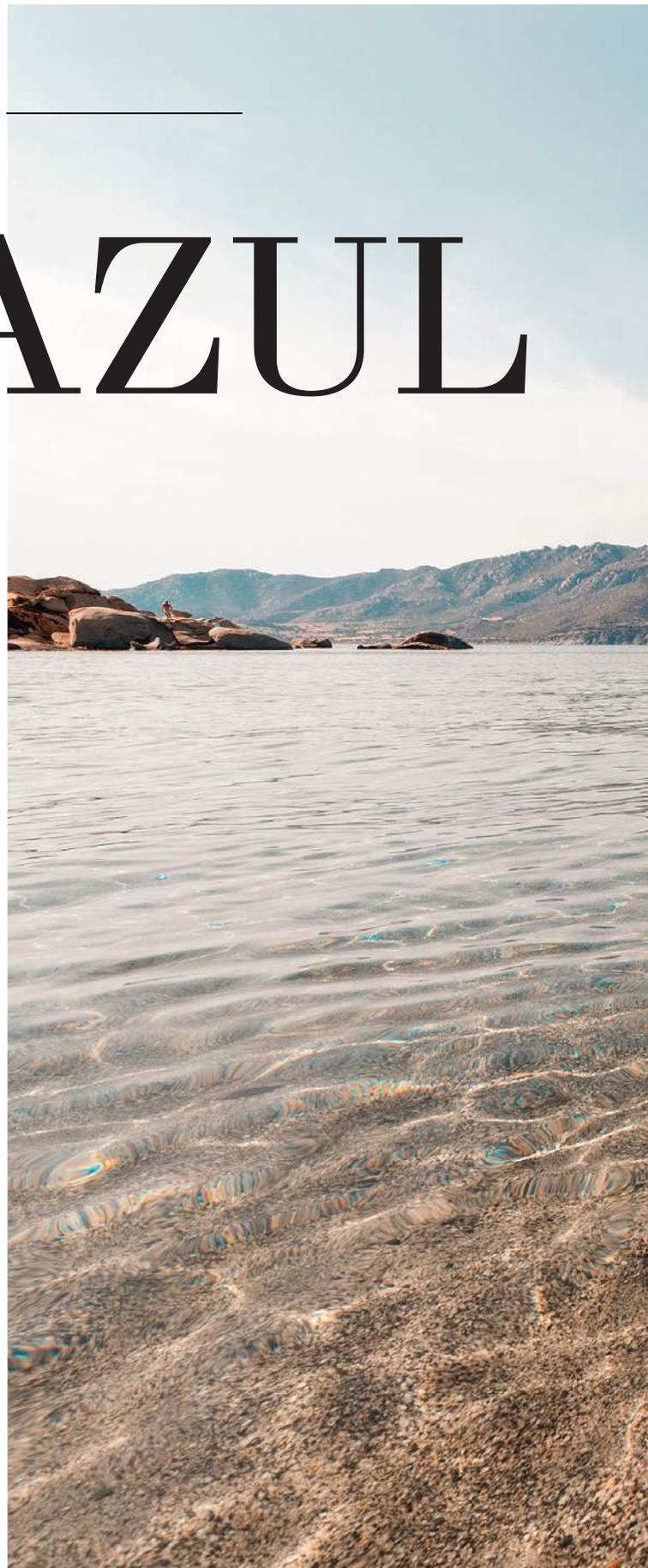
Em meados dos anos 2000, o educador e jornalista norte-americano Dan Buettner iniciou uma pesquisa para entender porquê, em determinadas regiões do planeta, as pessoas viviam por mais tempo. Ele detectou que em Okinawa, no Japão; Sardenha, Itália; Ikaria, Grécia; Nicoya, na Costa Rica; e Loma Linda, nos Estados Unidos, a população com mais de 80 anos ultrapassava em muito a média global. A estes locais, Buettner batizou de “Blue Zones”.

O estudo, que durou 15 anos, rendeu um livro, “The Blue Zones: Secrets for Living Longer” (2020), e um documentário de bastante sucesso no canal de streaming Netflix: “Live to 100: Secrets of the Blue Zones”, lançado em 2023. Em ambos, o pesquisador detalha os hábitos e o estilo de vida responsáveis por essa longevidade.

O autor, que é explorador da National Geographic, iniciou sua pesquisa quando visitou o arquipélago japonês para escrever um artigo sobre a população de idosos de Okinawa. A partir disso, ele passou a viajar o mundo entrevistando pessoas e analisando dados demográficos para identificar novas ‘blue zones’ e determinar quais comportamentos estavam prolongando a vida das pessoas.

Uma dessas zonas azuis é a Sardenha, na Itália, apontada em artigo assinado pelos pesquisadores Gianni Pes e Michel Poulain, no Journal of Experimental Gerontology, como a região com a maior concentração de homens centenários do mundo. Um dos motivos seria genético: seus habitantes carregam o marcador M26, ligado à longevidade e, devido ao isolamento da ilha, ainda bastante concentrado por ali. Resultado: 10 vezes mais centenários per capita do que nos Estados Unidos.

Mas a questão não é apenas o isolamento: a população desta ilha no Mar Mediterrâneo tem um estilo de vida tradicional e bastante saudável também. Os habitantes ainda caçam, pescam e colhem seus alimentos, vivem cercados de amigos e familiares, se divertem e, claro, bebem vinho.





BLUE ZONES

Regiões do mundo com as populações mais longevas, como na Sardenha, Itália (foto), compartilham dos mesmos hábitos e conceitos de vida que as permitem viver mais e melhor





HABITAT

Em Ikaria, Grécia, o relevo montanhoso exige dos seus moradores caminhadas diárias mais desafiadoras. Já o mar contribui com boa parte dos alimentos que compõe a dieta mediterrânea

A dieta na Sardenha é basicamente formada por pão integral, hortaliças, frutas, peixes e queijo de cabra, que é rico em Ômega-3. A carne vermelha fica mais restrita aos finais de semana e datas especiais. Os sardos gostam de caminhar: uma média diária de 8 km ou mais, o que ajuda na saúde cardiovascular, dos ossos e músculos. Eles também cultivam fortes laços familiares, celebram os mais velhos, são conhecidos pelo bom humor e consomem vinho – de uvas Grenache – moderadamente. Tudo isso ajuda a combater a depressão, o estresse e outras doenças psicossomáticas.

Não muito longe dali, em Ikaria, Grécia, o fenômeno se repete. Nesta pequena ilha do Mar Egeu, as pessoas têm passado facilmente dos 90 anos, repletas de boa saúde. A justificativa vem de uma combinação de fatores: gastronomia mediterrânea a base de alimentos frescos, do mar e azeite de oliva; preferem leite de cabra, com mais potássio e hormônios antiestresse; vida ativa, com caminhadas entre os vilarejos que ocupam a região mais montanhosa; e o hábito da soneca no meio da tarde. Segundo a medicina, pessoas que fazem uma pausa no meio do dia têm 35% a menos de chance de desenvolver doenças cardíacas.

OS NOVE HÁBITOS DAS BLUE ZONES

Em Okinawa, Loma Linda e Nicoya, a soma destes aspectos – dieta, atividade física, vínculo social e propósito de vida – tam-





MANGIA CHE TI FA BENNE

Na Sardenha, a turma não nega uma boa taça de vinho, acompanhado de massa com frutos do mar: tudo com moderação, claro. Região é a que concentra mais centenários no mundo

bém ajudam a compreender as razões para que, nestes lugares, as pessoas vivam mais.

Em seu estudo, Dan Buettner elencou nove hábitos destas comunidades que contribuem para a longevidade. Segundo ele, se bem aplicados no dia a dia, podem ajudar a elevar a expectativa de vida média em até 12 anos. São eles:

1. MOVA-SE NATURALMENTE.

As pessoas que vivem mais no mundo não correm maratonas ou se acabam em treinos dentro de academias. Ao contrário, elas vivem em ambientes que estimulam atividades físicas de maneira mais natural. Cuidam de tarefas domésticas, como limpar o jardim, sem uso de ferramentas mecânicas, por exemplo;

2. TENHA UM PROPÓSITO.

Em Okinawa, é chamado de “Ikigai”; na Costa Rica, de “plan de vida”. Para ambos, é o motivo que nos leva a acordar todas as manhãs. Não vale trabalho: tem de ser algo que agrega no aspecto mais humano. Apenas isso seria capaz de acrescentar cerca de sete anos na expectativa de vida das pessoas;

3. DESACELERE!

O estresse é uma praga global e afeta até quem vive nas zonas azuis. O que eles fazem de diferente para não se sentirem tão atingidos? Desaceleram. Em Ikaria, tiram uma soneca a tarde; em Loma Linda, rezam; os sardos bebem vinho no happy hour. Fundamental para diminuir o risco de doenças crônicas na velhice;

4. A REGRA DOS 80%.

No Japão, o mantra “Hara Hachi Bu”, difundido há mais de 2.500 anos, orienta para que as pessoas parem de comer durante uma refeição quando estiverem 80% saciados. Os 20% restantes podem fazer a diferença na hora de ganhar ou perder peso. Nas ‘blue zones’, as pessoas fazem sua última refeição no final da tarde ou início da noite – e não comem mais nada até a manhã seguinte;

5. DIETA VEGETAL.

Feijões e grãos em geral são a base da alimentação da maioria dos centenários. Carne – em geral, de porco – é consumida até 5 vezes por mês apenas. E sempre em porções modestas;





VÍNCULO SOCIAL

Em Loma Linda (acima) e Okinawa (ao lado), o hábito da convivência entre as pessoas cria redes de suporte social e emocional que são essenciais na velhice



6. VINHO, SEMPRE.

Em todas as zonas azuis, as pessoas bebem vinho moderada e regularmente. Isso significa de uma a duas taças diárias, ao lado de amigos ou acompanhando as refeições. E não vale passar a semana sem beber, para acelerar no sábado: não é assim que funciona;

7. PERTENCIMENTO.

Nas pesquisas de Buettner, ele notou a importância da fé como fator de pertencimento a um tecido social. Tanto faz a religião: participar de rituais de fé regularmente pode estender a vida entre 4 e 14 anos;

8. TUDO EM FAMÍLIA.

Centenários convivem mais com suas famílias, moram junto ou próximo a elas, participam de agenda social em comum e ajudam nos cuidados com as crianças e jovens. Isolamento, jamais;

9. TRIBO CERTA.

Sedentarismo, alcoolismo, obesidade e solidão podem ser causados por influência do grupo social. Escolher a tribo certa, com com-



portamentos que buscam mais qualidade de vida e cultivam hábitos saudáveis, é essencial para a longevidade.

Para Diego Felix Miguel, presidente do departamento de Gerontologia da Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia (SBGG-SP), em São Paulo, obter um envelhecimento saudável vai muito além do binômio saúde-doença.

“Existem aspectos socioculturais e climáticos que interferem neste processo”, diz. O especialista cita condições de acesso a alimentação adequada, rotina de trabalho que considere o descanso necessário, ambiente social mais solidário e possibilidade de se viver em regiões com temperaturas mais amenas, sem extremos.

“As pessoas já estão vivendo mais, graças a evolução da medicina, acesso a informação e sistema de saúde pública mais abrangente. A questão, agora, é como avançar na idade com mais qualidade”, afirma. Segundo o Censo de 2022 (IBGE), a expectativa de vida no Brasil é de 75,5 anos – cerca de dois anos a mais do que em 2010.

Os vínculos sociais, destaca Diego, são essenciais neste processo. Isso significa cultivar relações interpessoais fora do ambiente de trabalho, por exemplo. “Quando a pessoa se aposenta, ela precisará de uma outra rede de suporte, um outro grupo social para pertencer e se manter ativa e acolhida do ponto de vista emocional. Isso precisa ser construído ao longo do tempo”, avalia.

Por fim, ele menciona que a relação com a natureza nas “blue zones” indica a importância do tema para se viver melhor. “Não apenas porque permite acesso a alimentos mais frescos ou ar mais puro, mas porque a natureza estimula um aspecto de religiosidade, de interdependência entre os seres e do cuidado que temos que ter uns com os outros.”



Você também pode ler esta reportagem no blog da Avantto. Mire a câmera do seu smartphone para o QR Code ou acesse: www.avantto.com.br/blog



NATUREZA

Atividades físicas ao ar livre e contato próximo com a natureza ajudam não apenas na saúde física, mas sobretudo na higiene mental



A MATURIDADE E O FOCO NO CAMPO

POR **FABIO NUNES**

A cada ano, o interesse e admiração das pessoas pelo agronegócio brasileiro cresce e estes dois sentimentos são totalmente justificados pelos números ou pela identificação do setor com o país. Os números são claros: segundo o CEPEA (Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada), ele representa 23,8 % do PIB brasileiro. Já a admiração vem da vocação brasileira para o agro: em todas as regiões do país, há pelo menos uma cultura com conexão histórica, financeira ou emocional entre o seu desenvolvimento e o campo.

Contudo, o agronegócio é um setor de grande abrangência e complexidade. Para além da pecuária e da agricultura, representa a junção de segmentos muito amplos: insumos, culturas primárias e agroindústria. A complexidade vem da necessidade de se desenvolver e implementar a cada ano/safra um sem-número de megaprojetos visando o reuso da água e do solo, o que demanda tecnologia, mão de obra intensiva, altos investimentos e um planejamento cuidadoso.

A conscientização sobre ambos os cenários requer maturidade, que precisa ser acelerada diante dos imensos desafios que começam a surgir.

DESAFIOS DO AMANHÃ, HOJE

O agronegócio mundial começa a lidar com temas que irão impactar amplamente o setor e desafiar organizações e líderes a repensar o futuro:

- **Uma melhor utilização dos recursos (naturais) será fundamental para o crescimento dos negócios:** investidores que apostarem no setor, procuram

“

A conscientização sobre a abrangência e a complexidade do agronegócio requer maturidade, que precisa ser acelerada diante dos imensos desafios que começam a surgir.

”

irão portfólios diversos maiores e perspectivas de longo prazo;

- **A interdependência dos mercados aumentará e muito a complexidade das tomadas de decisão:** a liderança do setor deverá estar preparada para mudanças na dinâmica dos negócios e na sensibilidade de seus resultados;

- **As grandes empresas do setor redesenharão suas áreas de operação e comercial antes de**

pensar em expandir: os mercados valorizarão os líderes que equilibrem o pensamento estratégico e a ação;

- **As decisões regulatórias trarão uma nova dinâmica aos relacionamentos comerciais e decisões operacionais:** mudanças nas barreiras de proteção, como na Europa e na Ásia, e o novo modelo tributário do Brasil (2028) terão impacto direto em custos, modelos de venda e desenho operacional;

- **A reorganização das pequenas e médias empresas será importante para rever os modelos de negócios:** este grupo é responsável por 27% do PIB brasileiro e 23% do PIB do Agro. A relação destas com cooperativas e distribuidores vai mover o centro de gravidade da força de trabalho e as estratégias de B2B, B2C, B2B2.

SOLUÇÕES QUE PENSEM NO CAMPO E AGRICULTOR

Em meio ao cenário desafiador, algumas tendências já se apresentam como resposta, mostrando um caminho para os próximos anos:

- **Cadeia de Valor Verde tem sido “positivamente precificada” numa perspectiva de longo prazo:** esse movimento tem levado empresas a investir em biotecnologia, equilibrando portfólios e atraindo acionistas – a sustentabilidade tem se mostrado um diferencial comercial;

- **A (bio)tecnologia será parte chave da cadeia de produção e não mais uma alavanca ou facilitador:** em busca de soluções completas, o setor agrícola integra tecnologias para obter eficiência e antecipar as mudanças microclimáticas;



• **Os pequenos e médios agricultores são “clientes preferenciais”:** o setor primário está reposicionando seus esforços com um olhar centrado na prosperidade dos agricultores;

• **Relações institucionais e cooperação público-privada tem se tornado uma alavanca de negócios indiscutível:** os desafios de incompatibilidade de estoques e preços estão sendo resolvidos com soluções operacionais e uma forte agenda de negócios institucionais.

Estas soluções mostram que a maturidade do agronegócio no Brasil tem caminhado para o um novo patamar. Cabe às lideranças empresariais avaliarem constantemente quanto às suas contribuições nesta jornada. Quatro perguntas podem ajudar nesta reflexão sobre a transformação do agronegócio:

1. Minha organização tem fomentado uma visão que fortaleça o relacionamento e aumente o foco no produtor rural?
2. Temos buscado o posicionamento de mercado que precisamos quando repensamos verticalização vs. Inventário, alavancamos relações institucionais pelo bem do setor e discutimos a confiabilidade da cadeia?
3. Seremos capazes de implementar uma mudança cultural com times mais maduros, diversos e com mais autonomia?
4. Nossa proposta de negócio está conectada a uma cadeia produtiva que tem a (bio)tecnologia como parte integrante da operação, responsável no uso dos recursos e maximizando soluções regenerativas?



ESTILO

COUNTRY & CHIC

CONFIRA A SEGUIR UMA SELEÇÃO DE ACESSÓRIOS INSPIRADOS NO UNIVERSO DO CAMPO, COM DOSE EXTRA DE ESTILO E ELEGÂNCIA

EDIÇÃO DE MODA: **BIANCA ZARAMELLA** STYLIST: **LUCIANO BORTOLOTTI**



GUCCI

Casaco bomber, em couro.
Preço: US\$ 5.100,00
gucci.com



BREITLING

Modelo Navitimer Automatic 41, com caixa e pulseira em aço inoxidável, visor de safira.

Preço: US\$ 6.500,00

breitling.com



BRIONI

Óculos masculino estrutura em titânio, aros prateados e lentes marrons.

Preço: R\$ 5.320,00

brioni.com

FENDI

Mala no modelo Duffle, em couro, tamanho grande.

Preço: Sob consulta

fendi.com



BRUNELLO CUCINELLI

Sapato masculino em suede bege.

Preço: R\$ 6.900,00

brunellocucinelli.com

BULGARI

Relógio feminino edição limitada Serpenti Autumn, por Tadao Ando, caixa e pulseira em ouro rosa, com fundo em olho de tigre.

Preço: R\$ 110.000,00
bulgari.com



SCHUTZ

Bota modelo western em couro snake, com bico fino e salto baixo.

Preço: R\$ 720,00
schutz.com



ROBERTO CAVALLI

Óculos feminino desenvolvido em parceria com o estúdio De Rigo.
Preço: R\$ 3.901,00
robertocavalli.com

CELINE

Bolsa Victoire, em couro branco flexível e acabamento dourado.
Preço: R\$ 24.440,00
celine.com



RIMOWA

Mala de bordo, modelo Essential Cabin, em policarbonato de alto desempenho.
Preço: R\$ 5.400,00
rimowa.com



03 FATORES DECISIVOS PARA AUMENTAR AS VENDAS

POR **ALFREDO SOARES**

No mundo dos negócios, compreender os fatores que podem alavancar as suas vendas é essencial para o crescimento e sucesso da empresa. Aqui estão três fatores decisivos que, quando implementados corretamente, podem transformar seus resultados.

1. PROVAS SOCIAIS

Essas são ferramentas poderosas para construir confiança e credibilidade com os consumidores. Segundo o Spiegel Research Center, produtos com avaliações têm uma taxa de conversão 270% maior do que produtos sem avaliações. Isso porque os consumidores confiam na opinião de outros clientes ao tomar suas decisões de compra.

Incentivar seus clientes a deixar avaliações e testemunhos pode elevar significativamente a performance das vendas. Além disso, exibir essas avaliações de forma destacada em seu site e redes sociais reforça a confiança dos novos consumidores. Estas referências visuais podem ser obtidas de diversas formas:

- Inclua seções de depoimentos em seu site;
- Exiba avaliações com estrelas e comentários de clientes;
- Utilize vídeos de testemunhos para uma conexão mais pessoal.

“ Implementar estas estratégias pode ser um verdadeiro divisor de águas para o seu negócio. ”

2. APRESENTAÇÃO DOS PREÇOS DOS PRODUTOS

O preço é um dos fatores mais influentes na decisão de compra dos consumidores. De acordo com uma pesquisa da Neogrid/Opinion Box, 66% dos consumidores indicam que o preço é o aspecto mais considerado na hora de optar ou não por adquirir um produto ou serviço. Portanto, apresentar seus preços de maneira estratégica pode fazer uma grande diferença.

A contraposição visual dos valores, destacando o preço promocional ao lado do preço original,

tende a chamar a atenção para a economia; exibir valores “quebrados” pode criar no consumidor a sensação de que os preços são mais baratos; destacar o pagamento parcelado pode tornar o preço mais acessível e atraente do que o valor à vista.

As orientações a seguir podem ajudar nesta abordagem:

- Utilize gráficos de comparação de preços;
- Destaque ofertas especiais com cores vibrantes;
- Exiba opções de parcelamento de maneira clara.

3. FACILITE AS TROCAS E CRIE UM ÓTIMO PÓS-VENDA

Uma política de trocas e devoluções clara e facilitada é crucial para a satisfação do cliente. De acordo com a Harvard Business Review, um bom atendimento pós-venda pode aumentar a fidelidade do cliente e as compras futuras.

Algumas dicas para um pós-venda eficiente são: certifique-se de que os clientes conhecem e entendem a sua política de trocas e devoluções; garanta uma logística reversa simples, com processo de devolução fácil, rápido e seguro; com CRM, gere os relacionamentos com os clientes, personalize ofertas e acompanhe o histórico de compras.

Visualmente, esta tática pode ser construída assim:



- Crie tutoriais ou infográficos explicando o processo de troca;
- Mostre depoimentos de clientes satisfeitos com o serviço de pós-venda;
- Utilize um sistema de tickets para resolver problemas rapidamente.

INSIGHTS PRINCIPAIS:

Provas Sociais: Incentive avaliações e testemunhos para aumentar a credibilidade e a taxa de conversão;

Apresentação de Preços: Destaque promoções, use valores quebrados e enfoque no valor parcelado para atrair mais clientes;

Política de Trocas e Pós-Venda: Garanta um processo de troca e devolução fácil e eficiente para melhorar a experiência do consumidor.

Jornada de Compras e CRM: Monitore métricas, entenda o funil de vendas e utilize um CRM para personalizar a jornada do cliente.

Implementar essas estratégias pode ser um verdadeiro divisor de águas para o seu negócio. Ao focar nesses três fatores decisivos, você estará no caminho certo para aumentar as suas vendas e construir um relacionamento duradouro e positivo com os seus clientes.



DESTINO

UM BRINDE A MENDOZA

A CAPITAL DO VINHO DA ARGENTINA É UM DESTINO COMPLETO AOS PÉS DA CORDILHEIRA DOS ANDES, COM PAISAGENS INCRÍVEIS, VINÍCOLAS PREMIADAS, RESORTS DE LUXO E EXPERIÊNCIAS INESQUECÍVEIS. DÁ ATÉ PARA ESQUIAR POR LÁ

Por FABIANO MAZZEI



AOS PÉS DOS ANDES

Mendoza, a noroeste de Buenos Aires, na Argentina, é uma das capitais mundiais do vinho, com excelência nos rótulos de uva malbec: província responde por 70% da produção da bebida no país





SOFISTICAÇÃO

A oferta de hotéis boutique e resorts de luxo é um dos pontos fortes de Mendoza. Muitos deles, como o Susana Balbo Unique Stays (acima), ficam dentro ou estão associados a vinícolas tradicionais da província. No caso do Entre Cielos (no alto da página oposta), a hospedagem pode acontecer em suítes que ficam elevadas sobre as parreiras

De vilarejo fundado por espanhóis em 1561 a uma das capitais mundiais do vinho: esta é Mendoza, província a noroeste da Argentina, aos pés da Cordilheira dos Andes, com quase 150 mil km² e a pouco mais de 1.000 km da capital do país, Buenos Aires. Famoso por dar vida a excelentes vinhos, o destino recebe cerca de 3,5 milhões de turistas por ano.

O que atrai toda essa gente? Além do vinho, é uma incrível combinação de natureza exuberante, ótima infraestrutura hoteleira, gastronomia de muita qualidade e experiências únicas como a participar da Festa da Vendimia, escalar o pico mais alto das Américas – o Aconcágua, com 6.961 metros de altura –, praticar esportes ao ar livre, esquiar na estação de Las Leñas ou fazer um rally de carros clássicos em meio aos vinhedos.

Sobre os vinhos, Mendoza é reconhecida como uma das capitais mundiais da bebida, ao lado de Bordeaux, na França, e da Toscana, na Itália. Com mais de 150 mil hectares de vinhedos, a província é responsável por 70% da

produção de vinhos do país, com quase 1.000 vinícolas que exportam cerca de 80% das garrafas envasadas.

O segredo para tamanha produtividade é ancestral. Para driblar o clima seco – chove apenas 200 milímetros por ano em Mendoza –, uma elaborada rede de canais que começou a ser construída ainda pelos povos pré-colombianos para distribuir a água do degelo dos Andes pelas plantações locais, garantindo a sua irrigação. Combinado com o solo desértico, baixa umidade e exposição solar constante, formou-se ali um terreno fértil para o desenvolvimento pleno das uvas.

Uma delas, em especial, se adaptou muito bem ao *terroir* da região: a Malbec. Embora de origem francesa, é em Mendoza que se encontra a maior área cultivada desta variedade em todo o mundo. Outras variedades bem adaptadas são a Bonarda, Cabernet Franc, Syrah, Torrontés, Sauvignon Blanc e Chardonnay. E se há bons vinhos é porque existem excelentes vinícolas.

Muitas delas são abertas a visitantes para

COMO CHEGAR DE AVANTTO

Partida: São Paulo (SP) – Hangar Aeroporto de Congonhas

Aeronave indicada: Phenom 300

Terminais para cada destino (*):
Aeroporto Internacional Francisco Gabrielli (El Plumerillo)

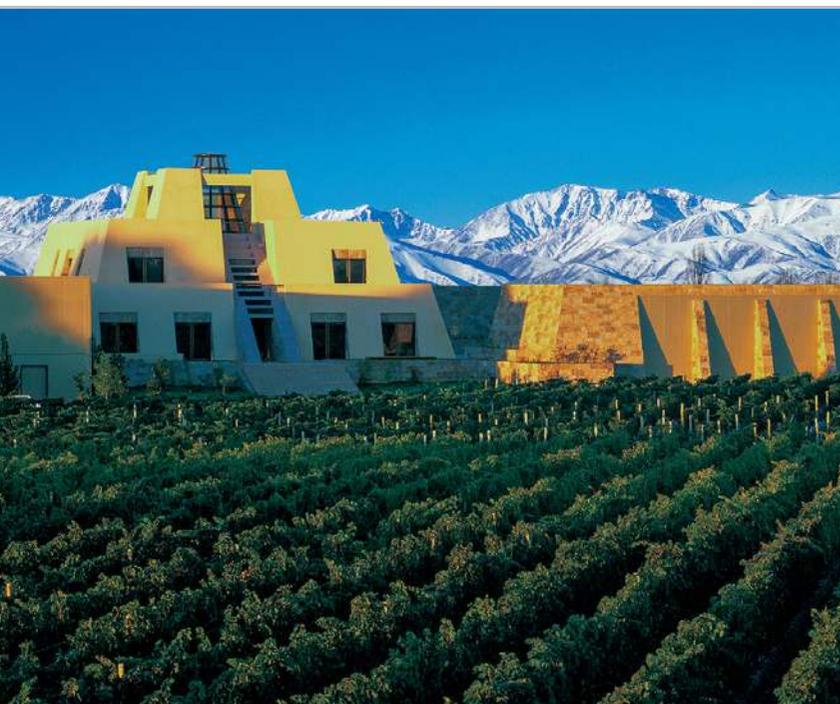
Tempo médio de viagem:
05 horas

(*): Agendar traslado terrestre com os hotéis



IMERSÃO

Ver de perto como são produzidos os vinhos mais importantes da região é um passeio obrigatório. Vinícolas com a Catena Zapata (abaixo, à esq.) e Familia Zuccardi (à dir.) contam com receptivo completo: de visitas guiadas e degustações a restaurantes renomados. Não à toa, ambas já foram eleitas as melhores do mundo para visitar no prêmio World's Best Vineyards



degustação e podem contar com restaurantes e até acomodações. Dentre elas, destacam-se as prestigiadas Catena Zapata e Zuccardi, ambas vencedoras do prêmio World's Best Vineyards entre 2019 e 2023.

EXPERIÊNCIAS

Para além das vinícolas, há muitas outras atrações incríveis. O destino é perfeito para a prática de esportes ao ar livre, como trekking, bike e canoagem. Vale lembrar que Mendoza tem 320 dias de sol por ano e clima desértico: faz calor de dia e frio à noite. No inverno, a dica é visitar a estação de esqui mais famosa da região: Las Leñas, com 30 pistas. Sua base fica a 2.240 metros acima do nível do mar e o cume, a 3.430 metros.

Entre os meses de fevereiro e março, acontece a colheita das uvas – tema da grande Festa Nacional da Vendimia. A celebração conta com shows de música e dança típicas, degustações privadas e menu especial de comida 'mendocita' nos restaurantes.

Para quem busca algo mais exclusivo, o Rally de Las Bodegas acontece todos os anos. São três dias de prova, percorrendo 700 km em veículos vintage de marcas como Alfa Romeo, MG, Porsche e Mercedes-Benz. Claro, com direito a degustação de vinhos fabulosos a cada etapa vencida.

ONDE FICAR

A província oferece várias opções de estadia, de hotéis boutique dentro das fazendas de vinho a resorts cinco estrelas classificados dentre os melhores do mundo.

Vale destacar alguns deles: Entre Cielos, com 24 acomodações – uma delas, tubular, que "flutua" sobre os vinhedos; Susana Balbo Unique Stays, com sete espaçosas suítes dentro da vinícola, emolduradas por jardins exclusivos; Cavas Wine Lodge, de 18 acomodações na propriedade Relais & Chateaux em estilo colonial espanhol; Casa de Uco Resort, com sete quartos e nove suítes, em meio a 320 hectares de vinhas produtivas; e o Park Hyatt Mendoza, com sua imponente fachada em estilo neoclássico francês abrigando 186 acomodações, spa e cassino.

EXPERIÊNCIAS ÚNICAS

Esqui em Las Leñas, cooking class no hotel Park Hyatt Mendoza e cavalgada pela propriedade Casa de Uco: momentos inesquecíveis



SERVIÇO

Entre Cielos
entrecielos.com

Susana Balbo
susanabalbohotels.com

Cavas Wine Lodge
cavaswinelodge.com

Park Hyatt Mendoza
hyatt.com

Casa de Uco
casadeuco.com

Las Leñas
laslenas.com



Você também pode ler esta reportagem no blog da Avantto. Aponte a câmera do seu smartphone para o QR Code ou acesse: www.avantto.com.br/blog



SE BEBER, NÃO DIRIJA
O "Rally de las Bodegas",
feito com carros esportivos
antigos, acontece uma vez
por ano e é um dos mais
desejados pelos turistas

HOTELARIA

ROSEWOOD São Paulo

O ENCONTRO BEM-SUCEDIDO ENTRE A HOTELARIA DE LUXO INTERNACIONAL E O RESGATE DE UM PATRIMÔNIO HISTÓRICO DE VALOR INESTIMÁVEL EM PLENA CAPITAL PAULISTA



HISTÓRIA

Antiga Maternidade Matarazzo foi totalmente retrofitada e, hoje, abriga os 46 quartos principais do hotel. No térreo, o restaurante Le-jardin tem varanda com acesso a um bosque com árvores nativas da Mata Atlântica



Criar experiências transformadoras tem sido um dos pilares mais importantes que sustentam o turismo de luxo nos últimos anos. Na hotelaria cinco estrelas, por exemplo, não se trata apenas de oferecer o quarto mais caro ou ter o spa mais equipado: é preciso entregar uma vivência que vá além e traduza a estadia em emoções únicas e inesquecíveis.

Para que esta estratégia seja bem-sucedida, valorizar a cultura local – gastronomia, artes, história e arquitetura – é fundamental. E dentre as ‘brands’ hoteleiras mais importantes da atualidade, o Rosewood Hotel Group é um dos que tem melhor conseguido sintetizar este espírito: o “Sense of Place”, um pertencimento ao lugar, como eles definem.

Primeiro hotel da marca na América do Sul, o Rosewood São Paulo, no bairro da Bela Vista, na região da Avenida Paulista, expressa brilhantemente este sentimento. A sofisticação está presente em cada detalhe, mas o maior encantamento surge quando se compreende a origem de tudo que está ao redor e faz parte da experiência.

O hotel foi concebido na antiga Maternidade Condessa Filomena Matarazzo, um edifício tombado e histórico dentro do complexo hospitalar Humberto Primo. O local começou a funcionar em 1904 e encerrou as atividades em 1993. Coube, então, a um grupo de investidores, liderado pelo empresário francês Alexandre Allard, a ousadia de adquirir o imóvel

RESGATE

A obra de restauração do prédio onde fica o Rosewood foi liderada pelo arquiteto francês Jean Nouvel. Ao fundo, a Torre Mata Atlântica, de apartamentos residenciais



e realizar a maior obra privada de restauro patrimonial do País (leia mais a seguir). O custo total do projeto beira os R\$ 3 bilhões.

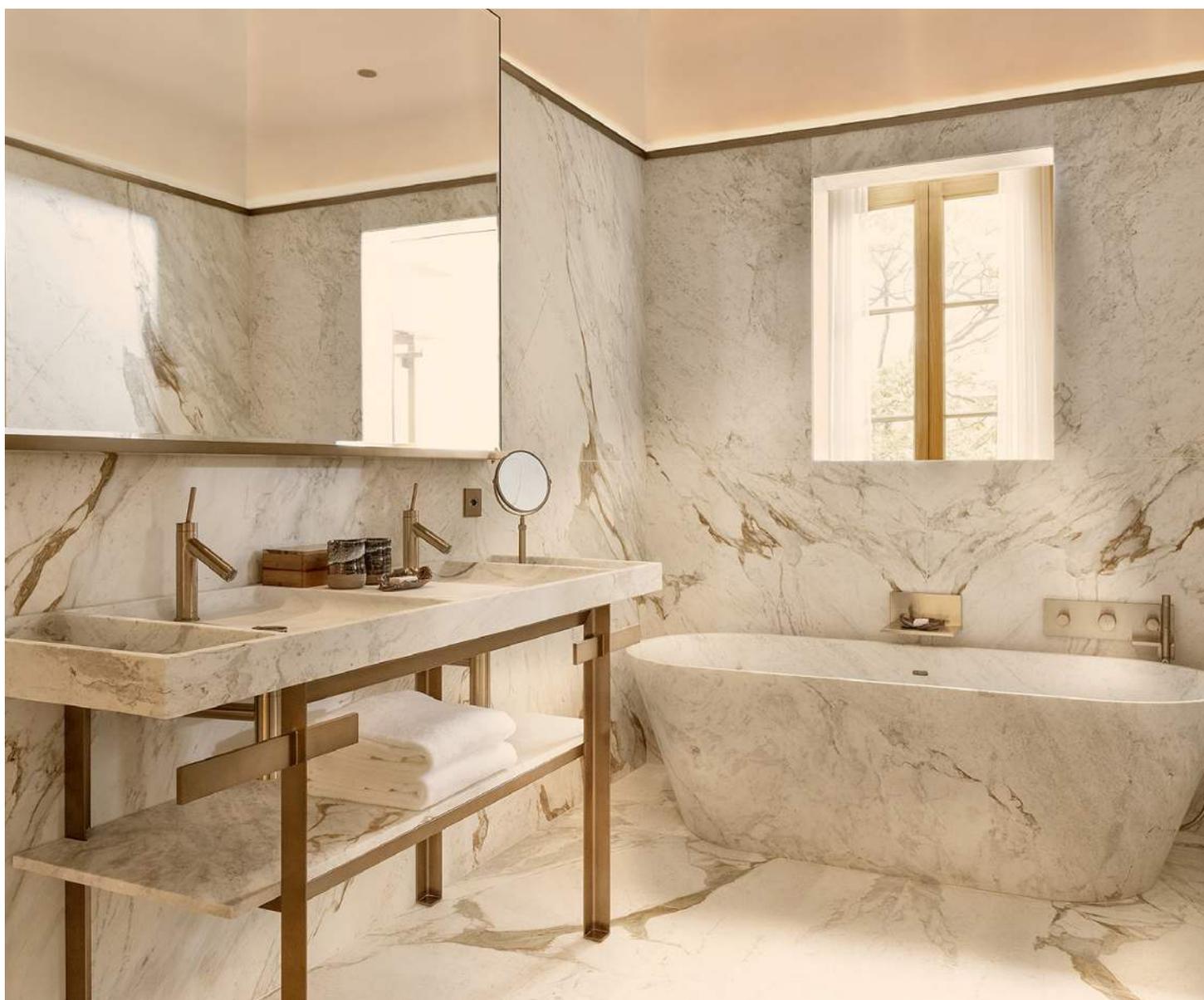
No prédio histórico onde está o Rosewood, 46 suítes ocupam enfermarias e as antigas salas de parto da maternidade. O hotel conta em sua base de acomodações com um acréscimo de cerca de 100 apartamentos residenciais de um edifício novo, a Torre Mata Atlântica, que foi erguida no terreno de 27 mil metros quadrados.

O design de interiores é do 'starchitect' Phillippe Starck. Nos quartos, a decoração homenageia o mobiliário brasileiro e destaca objetos indígenas e obras de arte de artistas nacionais, como Vik Muniz. Violões autografados por Caetano Veloso e Gilberto Gil têm lugar de adoração nas acomodações. Nos banheiros, a presença do mármore extraído de minas do Paraná é imponente.

Nas áreas comuns, uma piscina no piso térreo e outra no terraço, com borda infinita e vista panorâmica, são exclusivas aos hóspedes. Para o público em geral, o acesso a área gastronômica é livre – e bastante concorrido.

REQUINTE

Banheira esculpida em um único bloco de mármore: pedras naturais foram trazidas de minas do Paraná





TRADIÇÃO

Nas suítes, decoração enaltece a cultura brasileira por meio do mobiliário, itens de arte indígena e violões assinados por Caetano Veloso e Gilberto Gil

O restaurante maior é o Le Jardin, com menu internacional e terraço aberto para uma extensa área verde com mais de 10 mil árvores nativas da Mata Atlântica. Outra opção é o Taraz, do chef Felipe Bronze, com salas privadas e uma varanda que dá acesso a um jardim das oliveiras, com árvores centenárias trazidas especialmente do Uruguai.

Os bares Rabo di Galo, com música ao vivo, e o Blaise, cuja inspiração vem dos Alpes Suíços, viraram febre na cidade. Já o Emerald Pool Bar, no térreo, e o Belavista, no rooftop, são dedicados a quem tem estadia confirmada.

“Todo o projeto é uma fusão sofisticada do antigo com o novo”, explica Edouard Gros-mangin, Diretor-Geral do hotel. “Oferecemos o luxo como experiência e, neste caso, ela remete à cultura e história locais.”

RETROFIT GRANDIOSO

A restauração do complexo Cidade Matarazzo foi idéia de Allard, nome por trás de outros ícones como Hotel Royal Monceau, em Paris. E foi por acaso que empresário descobriu o conjunto de dez prédios abandonados da família Matarazzo. Em 2006, ao receber fotos do lugar enviadas por um colaborador pelo celular, Allard pegou um voo de Londres naquela mesma noite. O negócio, contudo, só foi fechado três anos depois. Já o início das obras, em 2011.





Um 'dream team' da arquitetura mundial foi montado para o desafio do renascimento daquele patrimônio cultural. O projeto do complexo ficou nas mãos de Jean Nouvel, Prêmio Pritzker de Arquitetura em 2008.

O hotel foi feito entre ele e Starck. O pavilhão comercial Aya – voltado para empresas e ONGs ligadas a sustentabilidade – tem assinatura de Rudy Ricciotti, conhecido por sua técnica de modelagem de concreto. A Torre Mata Atlântica é de Nouvel também.

Além dos prédios hospitalares, o lugar guardava uma preciosidade: a Capela Santa Luzia, erguida em 1922 com fachada neoclássica e vitrais art déco. Toda restaurada, está aberta ao público e fica cheia aos domingos.

Como os prédios são tombados e não podem ser alterados ou estendidos, o jeito foi crescer o empreendimento para baixo. Para tanto, as escavações de 60 metros de profundidade foram feitas para abrigar pisos técnicos, estacionamento e, em breve, um cinema e sala de convenções.

É neste contexto que o Rosewood São Paulo tem entregado uma experiência que vai além da estadia. Uma oportunidade real de conexão entre pessoas de todo o mundo com o espírito do lugar, fortalecido pela restauração de um patrimônio cultural, preservação do legado arquitetônico, o cuidado com o meio ambiente e o respeito a identidade local.

HOTSPOT

Piscina no topo do hotel e bar Rabo di Galo (à esq.): ambientes concorridos do Rosewood na capital paulista

Você também pode ler esta reportagem no blog da Avantto. Mire a câmera do seu smartphone para o QR Code ou acesse: www.avantto.com.br/blog



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

ESTANCIA VIK, Jose Ignacio (URUGUAI)



Um hotel de campo chique, com obras de arte por todos os lados, gastronomia de excelência e 12 acomodações exclusivas. Assim é o Estancia Vik, em José Ignacio, o balneário rústico-chique vizinho a Punta del Este. A propriedade tem 50 mil metros quadrados e fica a oito quilômetros do litoral. O projeto de arquitetura é do uruguaio Marcelo Daglio. Da piscina, avista-se um imenso gramado que funciona como campo de polo equestre. Dentre as experiências oferecidas, cavalgada, passeios de bike, canoagem e pesca na lagoa dentro da fazenda.

estanciavik.com

Partida **Aeroporto de Congonhas (SP)**
Destino **Aeroporto Internacional de Punta del Este (URU)**
Distância: **1502 km**
Aeronave **AVANTTO: Phenom 300**
Tempo de voo: **02h20min**
Coordenadas: **34°51'18" S / 55°05'39" W**





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

MORADA DOS CANYONS, Praia Grande (SC)

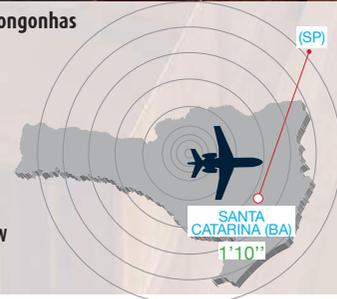


Na divisa entre Santa Catarina e o Rio Grande do Sul, a pousada com 11 chalés, três suítes e duas casas de campo fica debruçada sobre os canyons dos parques da Serra Geral e Aparados da Serra – o que garante vistas espetaculares de toda a região. Conta com piscinas aquecidas, restaurantes e um recém-inaugurado SPA, com 2,6 mil metros quadrados, que oferece tratamentos sensoriais e de relaxamento, com ênfase no descanso e reposição das energias.

moradadoscanyons.com

Partida **Aeroporto de Congonhas (CGH), São Paulo (SP)**
Destino **Aeroporto de Torres (RS)**

Distância: **720 km**
Aeronave **AVANTTO: Phenom 300**
Tempo de voo: **01h10min**
Coordenadas: **29°24'54"S / 049°48'36"W**
Deslocamento terrestre: **30 km** (transporte pago)





REGENERAÇÃO E ESG NA AGENDA DO TURISMO

POR **TOMAS PEREZ**

Um dos temas mais atuais e interessantes que permeiam o nosso segmento é o chamado turismo regenerativo. Acompanho esse assunto de perto com as empresas do TP Group não só porque é uma tendência cada vez mais consolidada, mas porque tem um potencial transformador sem precedentes.

Afinal, o turismo como um todo deverá contribuir neste ano com US\$ 11,1 trilhão para a economia global e gerar cerca de 350 milhões de empregos em todo o mundo, de acordo com estimativas do World Travel & Tourism Council. Orientada para a direção certa, essa força tem capacidade de promover um enorme impacto socioambiental positivo, contribuindo diretamente para a regeneração do nosso planeta.

O ESG (Environment, Social and Governance) é parte do espírito de nosso tempo e temos cada vez mais evidências de que há uma mudança de mentalidade em curso, levando as empresas e organizações a se reinventarem com base nesse tripé. Esse novo direcionamento parte do comportamento dos consumidores – no nosso caso, os viajantes, cada vez mais questionadores em relação às boas práticas e desejosos em experimentar atividades regenerativas.

Diversas pesquisas demonstram que esse é um caminho sem volta. A Virtuoso Survey aponta que 74% dos viajantes do segmento de luxo estão dispostos a pagar mais para viajar com responsabilidade. O relatório “Tendências Globais de Viagens 2024”, da Visa, mostra que as viagens ecológicas estão entre as maiores tendências do turismo.

“
A Virtuoso Survey aponta que 74% dos viajantes do segmento de luxo estão dispostos a pagar mais para viajar com responsabilidade.
”

Essa leitura das novas demandas e aspirações faz parte do meu trabalho diário no TP Group, e estou sempre atento a elas. Mas, nesse caso, me traz uma satisfação pessoal de pensar em inovações e formas de colocar as minhas empresas a serviço de causas como a do meio ambiente e da responsabilidade corporativa. Vejo desafios e muitas oportunidades nessa área.

Sempre que viajo, volto entusiasmado com o tema da regeneração. Afinal, não faltam ações bem-sucedidas, no exterior e no Brasil, em prol da biodiversidade, da conservação de ecossistemas naturais e da valorização de tradições e saberes de povos ancestrais.

Na África, há muitos exemplos de programas com foco na preservação das savanas e da vida selvagem, como o Grupo Singita, pioneiro em um mo-

delo de negócio que coloca a aventura dos safáris e as iniciativas de conservação do meio ambiente no centro das atenções.

Também faço parte do Advisory Board da companhia marítima Silversea e recentemente estive na viagem inaugural do navio Silver Ray. Pude ver de perto como a companhia tem investido no tema projetando navios cada mais vez mais sustentáveis. Na Polinésia Francesa, existem verdadeiros santuários de fauna e flora. Mesmo no contexto urbano, a sustentabilidade se tornou um valioso ativo de muitas cidades da Escandinávia, que geram receitas adicionais atraindo turistas admirados com seus rios limpos, ar puro e bairros arborizados.

No Brasil, também há exemplos louváveis por várias partes com foco em restauração de biomas, agricultura orgânica e inclusão social e econômica. Esse conceito me inspirou a projetar a Olíá Casa Lençóis, nossa primeira iniciativa na área de hospitalidade para o TP Group. Localizada nos Lençóis Maranhenses, foi projetada com a premissa de estar em perfeita harmonia com a natureza, guiando-se pela adoção de práticas sustentáveis como utilização de painéis solares, gestão adequada de resíduos e um programa que visa desenvolvimento local e valorização da cultura tradicional.

Sei que há um longo caminho a percorrer, mas vejo muita vontade de fazer a diferença. E, mais importante, vejo também muitas iniciativas cheias de mérito se materializando, o que me traz otimismo e só aumenta meu desejo de contribuir cada vez mais para a consolidação da agenda ESG em um segmento tão relevante como o nosso.



Polinésia Francesa - santuário de fauna e flora



África e cuidados com o meio ambiente nos safáris



White Desert - sustentável na Antártica



Silver Nova - sustentabilidade nos mares



CASA BÜZIOS

LUXURY SHARE



CASAS DE 4 E 5 SUÍTES

Luxo integrado a natureza, projetos com plantas flexíveis e totalmente equipadas.

CONCIERGE 24H

Serviços de Hotelaria 5 estrelas incluídos; opções Pay Per Use.

LAZER

São 35.000m² destinados a Lazer com mais de 30 itens exclusivos.

LUXURY SHARE

Um modelo inteligente de fazer negócio, benefícios multiplicados e custos compartilhados.

DAVID BASTOS

Projeto Arquitetônico assinado por David Bastos, um dos maiores nomes da Arquitetura de Residências de Luxo.

AEROPORTO

Aeroporto Exclusivo localizado a 6 min do Empreendimento.





 21 3900-3370

 @casabuziosoficial

 www.suacasabuzios.com.br



Realização:





AERO

SOFISTICAÇÃO NO INTERIOR

EXCLUSIVA PARA CONVIDADOS, A TERCEIRA EDIÇÃO DO CATARINA AVIATION SHOW REUNIU MARCAS DE PRESTÍGIO DO MERCADO DE AVIAÇÃO EXECUTIVA EM SÃO ROQUE (SP). A AVANTTO TAMBÉM MARCOU PRESENÇA

Por **AVANTTO**



Jatos dos sonhos, helicópteros ultramodernos, “carro voador”, experiências e alta gastronomia. Tudo isso em meio a uma atmosfera de glamour e exclusividade. Foi assim a terceira edição do Catarina Aviation Show, evento realizado entre os dias 13 e 15 de junho, no São Paulo Catarina Aeroporto Executivo Internacional, em São Roque, no interior paulista.

Organizada pela JHSF e Nümburgue-Messe Brasil, a exposição ocupou três hangares – cerca de 8,4 mil metros quadrados – e recebeu sete mil convidados, que visitaram estandes de quase 60 marcas. Um deles foi da Avantto, que fez a sua estreia no evento com um espaço próprio e apresentação do novo modelo Epic E1000 GX, o “single engine” mais veloz do mundo.

“Estamos felizes em participar pela primeira vez do evento e termos a oportunidade de apresentar nossos serviços de administração de aeronaves e o programa de compartilhamento de propriedade a um público tão qualificado”, disse Rogério Andrade, CEO da Avantto. “Além disso, pudemos mostrar também a nossa

NÚMEROS

Cerca de 60 marcas participaram do evento realizado em São Roque (SP), distribuídas em três hangares – 8,4 mil metros quadrados. No total, foram realizadas 511 decolagens para voos de degustação das aeronaves



ESTRELAS

A Avanto contou com espaço exclusivo para convidados (acima) e pode demonstrar o potencial de seu novo avião, o Epic E1000GX. Outras aeronaves em destaque foram o Embraer Phenom 300E e Bombardier Global 7500 (ao lado), além da réplica do Junkers A50 Junior (na página oposta)

nova estrela da frota, o Epic E1000 GX. Um avião muito potente e versátil, ótima opção para quem demanda de deslocamento aéreo para áreas com pista curta ou de terra, como fazendas”, completou o executivo.

Dentre as aeronaves presentes, destaque para o lançamento no Brasil do Bombardier Global 7500: o jato tem capacidade para voos de até 14 mil km, cabine para quatro ambientes (incluindo uma suíte principal, cozinha e um quarto exclusivo para a tripulação), sistema interno que renova o ar em 90 segundos e iluminação que ajuda a reduzir o efeito do ‘jet lag’.

Da família de compactos, as aeronaves Pilatus PC12 NGX, Cirrus SR22 e Vision Jet também foram apresentadas. O helicóptero AW169 Agusta também chamou a atenção, com cabine preparada para até oito passageiros e dois tripulantes, autonomia de voo de 748 km e velocidade máxima de cruzeiro de 268 km/h. A fabricante Embraer levou a família Phenom ao interior paulista, bem como distribuidores da Pilatus e Cirrus, que também estiveram por lá.

O eVTOL EHang 216-S foi outra surpresa.



PERSONALIDADES

Astros do esporte como o surfista Ítalo Ferreira e do mundo dos negócios como Carol Bassi e Roberta Ramalho (ao lado) e Olavo Egydio Setubal, Luiz Carlos Trabuco, Augusto Martins e Zeco Auriemo marcaram presença no evento



O “carro voador” da marca chinesa chegou ao mercado brasileiro em outubro do ano passado e está certificado para voos de passageiros sem piloto a bordo. Outra atração foi o Junkers A50 Junior: aeronave esportiva monomotor de dois lugares, réplica do lendário avião criado originalmente em 1929.

“O Catarina Aviation Show se consolidou como o maior e mais importante evento de aviação executiva do Brasil, pois, além de reunirmos os principais fabricantes de aeronaves, oferecemos experiências que vão além e surpreendem o público de alta renda com novidades do mercado automotivo, de embarcações, produtos exclusivos”, conta Augusto Martins, CEO da JHSF.

De fato, o público presente pode realizar degustações de voos – foram 511 decolagens nos três dias de evento –, conhecer 12 modelos de supercarros esportivos e até de iates de luxo, dos estaleiros Ferretti, Intermarine e Okean. Além disso, três restaurantes do grupo Fasano foram responsáveis pelo catering. O Catarina Aviation Show volta em 2025 e já tem data marcada: entre 12 e 14 de junho, no mesmo aeroporto.





POR **DIEGO REVOLLO**

CINCO IDEIAS ATUAIS DE COZINHAS PARA SE INSPIRAR

Quem acompanha o meu trabalho sabe o quanto as cozinhas recebem atenção especial e destaque em meus projetos. Aqui no escritório, é um dos ambientes onde mais perdemos tempo pensando em possibilidades de layout, no desenho dos armários e bancadas, além da escolha dos revestimentos, materiais e eletrodomésticos.

Boa parte desse cuidado se deve ao fim da percepção antiga da cozinha como um ambiente de serviço, funcional, isolado da área social. Ela mudou: está mais bonita e cada vez mais dentro das salas. Por essa razão, escolhi algumas ideias que devem ser consideradas na hora de projetar este ambiente que é o coração da casa.

1. INTEGRAÇÃO (IMAGEM A)

No início dos anos 2000, as cozinhas eram fechadas e brancas, com aparência hospitalar. A maioria dos clientes queria uma cozinha “clean”: prática, funcional e pensada junto com a lavanderia, sem maiores ideias ou investimentos. Cheguei a projetar algumas assim, mas logo passei a arriscar novos acabamentos. À medida que fui projetando cozinhas com mais bossa, atraentes e agradáveis, era uma pena as deixarem isoladas do restante da casa. Passei a sugerir aos clientes uma porta para integrá-las à sala. Hoje, é difícil projetarmos uma cozinha que não esteja integrada, tanto faz o tamanho do imóvel.

2. MIX DE MATERIAIS (IMAGEM B/C)

As cozinhas estão muito mais decorativas e a escolha da composição passa pela mistura de diferentes materiais, cores e texturas. O cuidado com a funcionalidade ainda existe, mas armários superiores e inferiores não seguem mais uma lógica de

“

A cozinha mudou: está mais bonita e cada vez mais dentro das salas.

”

acabamento único. Os laminados perderam força e, como a cozinha está dentro da sala, ela precisa ser mais aconchegante. Isso é possível usando materiais naturais (ou próximos a isso), seja nos tampo, armários, pisos e paredes. Como as opções de mercado também aumentaram, vale a pena perder sempre um tempo maior na escolha e, aos poucos, deixar a composição mais interessante. Metais em todas as tonalidades, mármore e pedras com aspecto natural e madeira são apostas certas.

3. O RETORNO DA MADEIRA (D)

Presente em outras épocas nos armários, a madeira perdeu espaço nos últimos anos para os laminados. Seja pelo aconchego, valorização do natural ou pelo desenho inconfundível, essa matéria prima está de volta às cozinhas contemporâneas. As molduras e os trabalhos de almofadas saem de cena, para destacar os veios, desenho e a textura da madeira. Quanto mais natural e de aspecto único, melhor. Tons

mais claros e neutros garantem um conjunto equilibrado e são os preferidos, mas não existe regra. Para os mais ousados, vale a pena misturar a madeira com laca ou laminado colorido, mas o risco aumenta à medida que a cor entra no conjunto. Atualmente, a madeira também tem sido vista nos pisos, bancadas e prateleiras, além dos armários.

4. USO DO PRETO (E/F)

Sempre enxerguei o preto como uma cor neutra, impactante e de fácil assimilação. Já a usei na estrutura de banheiros inteiros, em grandes áreas de marcenaria e na decoração. Recentemente, finalizei um projeto onde a cozinha e lavanderia são totalmente na cor preta, variando apenas texturas e materiais. Evidente que não é preciso ir tão a fundo, mas é possível reparar novos projetos onde o preto invade a cozinha: nos metais, mobiliário, estrutura ou marcenaria. Aposte no preto se você quer contraste, impacto, mas principalmente um visual moderno. É impossível errar misturando com madeiras claras e com o branco.

5. ESTÉTICA INDUSTRIAL (G/H)

Em alta nos projetos com apelo de “loft”, a estética industrial é sempre uma escolha para quem quer uma cozinha com personalidade. Por ser baseada em fábricas e galpões industriais, funciona bem na cozinha e é fácil de ser implementada. Particularmente, prefiro poucos elementos: tubulações aparentes, luminárias com design marcante ou envelhecidas, e metais na cor preta fosca são sempre escolhas certas. Para um ar mais rústico, armários de madeira ou pedras brutas nos tampo. A única ressalva é não carregar em todas as opções, pois a cozinha faz parte do todo e deve conversar com os demais ambientes.



EVENTOS

3ª COPA INVERNO TERRAVISTA DE GOLFE

AVANTTO FOI PATROCINADORA
MASTER DO EVENTO QUE MOVIMENTOU
O CAMPO DE GOLFE TERRAVISTA EM
TRANCOSO, NA BAHIA

Por AVANTTO





Aconteceu em abril, no Complexo Terravista, em Trancoso (BA). O torneio reuniu jogadores de todo o Brasil e contou com patrocínio master da Avanto. O campeonato foi realizado no campo que é um dos mais admirados do país. Com 700 mil metros quadrados, foi projetado por Dan Blankenship, da empresa Gold Tee Golf (EUA), responsável por outros 20 clubes de golfe pelo mundo. O Terravista Golf Course tem 18 buracos e foi inaugurado em 2004. Confira a seguir uma galeria de fotos da competição.



AVIATION XP CENTRO-OESTE 2024

COM RECORDE DE PÚBLICO E AUMENTO 30%
NO NÚMERO DE EXPOSITORES E AERONAVES,
5ª EDIÇÃO DO EVENTO, REALIZADO ENTRE OS DIAS
26 E 28 DE JUNHO, EM GOIÂNIA, MOSTROU O
CRESCIMENTO DO INTERESSE DO AGRONEGÓCIO
NA MOBILIDADE AÉREA PRIVADA





OPORTUNIDADE

Rogério Andrade, CEO da Avantto, fala em painel sobre a transformação das cidades brasileiras com a chegada dos “carros voadores”. Viagens curtas, de até 30-km, devem ser as rotas iniciais

EXPO EVTOL 2024

EVENTO EM SÃO PAULO REUNIU FABRICANTES, OPERADORES E EMPRESAS DE TECNOLOGIA, ALÉM DE PLAYERS DO SETOR DE AVIAÇÃO PARA DEBATER O FUTURO DA MOBILIDADE AÉREA URBANA NO BRASIL

Por **AVANTTO**

Os “carros voadores” foram a principal atração do Expo eVTOL 2024, feira sobre veículos elétricos de pouso e decolagem verticais, que aconteceu entre os dias 21 e 23 de maio, no Expo Center Norte, em São Paulo. O evento reuniu fabricantes, operadores e empresas de tecnologia, além de sediar o 2º Fórum eVTOL, com especialistas e players da aviação debatendo sobre mobilidade aérea urbana (UAM, em inglês) e os desafios para que este novo modal se torne uma realidade no Brasil.

No painel “Possibilidades e novos mercados para a operação com eVTOLS no Brasil”, o CEO da Avantto, Rogério Andrade, falou sobre a transformação da mobilidade urbana com a chegada do novo veículo de transporte.

“As pessoas que vivem nas grandes metrópoles passam cerca de 45 dias por ano paradas no trânsito. Portanto, uma nova alternativa a esse deslocamento diário, que seja aéreo, mais rápido e seguro, sem dúvida, será muito interessante”, afirmou.

SÃO PAULO NA FRENTE

O executivo destacou que São Paulo, cidade que possui o maior volume de voos de helicóptero do mundo – cerca de 80 mil por ano, com 410 aeronaves e mais de 200 pontos de pouso – tem uma vantagem competitiva em relação a outras capitais brasileiras e mundiais.

“Os paulistanos já aderiram a essa cultura do voar para o seu deslocamento diário. Além disso, conta com uma malha de voos mais avançada, além dos helipontos, que precisarão ser adaptados, mas já existem”, disse Andrade.

A Avantto é a maior operadora privada de voos de helicóptero do mundo e, por este ‘know how’, foi procurada pela Eve Air Mobility, divisão de eVTOL da Embraer, para o desenvolvimento de todo o ecossistema de UAM em São Paulo.

Para o CEO da Avantto, as rotas iniciais deverão ser aquelas que ligam o centro financeiro das cidades com os aeroportos do



entorno. “Viagens de até 30 km de distância, como entre a Avenida Faria Lima, em São Paulo, e o Aeroporto Internacional de Guarulhos, deverão demorar até 15 minutos para serem completadas”, descreveu.

O custo do bilhete? “A expectativa é de que, quando começar a operar, o preço médio do ticket por passageiro será de US\$ 100. À medida que o serviço for evoluindo, o custo dessa viagem poderá chegar a US\$ 50. Em comparação, o mesmo trecho feito de helicóptero custa, hoje, US\$ 300”, afirmou Andrade.

DESAFIOS

Rogério Andrade apontou ainda os desafios que precisarão ser superados para que a o novo modal possa começar a operar nas cidades brasileiras: infraestrutura de conectividade, para transmissão de dados eficiente, que permita voos controlados remotamente; amadurecer a cultura do compartilhamento de viagens; e melhorias no grid elétrico das cidades, que deverá ser mais robusto para suportar a necessidade de recarga das aeronaves.

Por fim, Rogério Andrade se mostrou confiante com o potencial dos eVTOLs para a transformação da mobilidade nas cidades. “Se tudo evoluir como se espera, será um modal muito acessível e que transportará um número muito maior de passageiros do que na aviação privada, permitindo com que as pessoas valorizem o seu principal bem: o tempo, seja para fazer negócios ou estar com quem mais importa.”

Você também pode ler esta reportagem no blog da Avantto. Mire a câmera do seu smartphone para o QR Code ou acesse:

www.avantto.com.br/blog



AUDIÊNCIA

Em sua segunda edição, evento reuniu bom público e registrou crescimento no interesse das pessoas por conteúdos voltados à mobilidade aérea urbana

ATRAÇÕES

Modelos de eVTOLs para transporte de passageiros e drones de uso militar ou agrícola foram as grandes estrelas da feira





CARTA PARA DEUS

POR **PAULA DRUMOND SETUBAL**

Oi Deus, escrevo sem saber se essa carta chegará ao céu. De antemão, peço desculpas. Diante de tudo o que tem acontecido no mundo, eu não sei se o Senhor anda com tempo para isso, mas é difícil não atender o pedido de duas crianças de quatro anos que acabaram de perder o melhor amigo. Dito tudo isso, eu gostaria de falar sobre o nosso cachorro, o Johnny.

Ele era um Golden Retriever de 12 anos, o que seria o suficiente para dizer que era também a alegria da nossa casa. Ele foi um presente de aniversário que dei ao meu marido, quando ainda éramos namorados. Ele nos viu crescer, nos viu construir os alicerces que nos mantêm de pé até hoje, levou nossas alianças ao altar. Ao contrário do que dizem, a chegada dos filhos me fez amá-lo ainda mais. Era impossível não explodir de gratidão ao vê-lo ser tão delicado, por amor.

Ele adorava nadar, brincar com bolas, correr atrás das crianças. Permitia que montassem nele, como se fosse um cavalo. Sempre dormiu no nosso quarto, mas, com a chegada dos gêmeos escolheu dormir ao lado deles todas as noites.

Há alguns meses, nossos passeios se tornaram mais curtos. Em um sábado, o levei ao parque, como nos velhos tempos, só eu e ele. Nos sentamos na grama, coloquei uma música, ele curtiu a brisa, tomou sol. Eu não sabia que seria a última vez, mas por algum motivo refleti sobre a idade que havia chegado e mostrava seus sinais. Eu não

“
Mesmo em seus
últimos dias,
ele não perdeu
a ternura. Seguiu
demonstrando amor,
mesmo quando
já não tinha mais
nada a oferecer.
Através dele,
eu vi a grandeza
que se esconde
na fragilidade.

”

imaginava, mas ele já estava doente.

Um dia desses, ao lhe dar boa noite, percebi que pelo olhar ele me dizia algo. Estava ofegante, ansioso. Me deitei ao lado dele, silencieei o mundo lá fora e ficamos ali, abraçados no chão.

A respiração foi se acalmando enquanto eu fazia carinho atrás da orelha, como ele sempre gostou. Disse o quanto o amava, o quanto era grata pela forma gentil e carinhosa com que ele sempre tratou meus filhos, pela paciência inesgotável. Ele provavelmente nunca soube, mas fez muito mais por nós em todos esses anos do que a gente por ele.

O Johnny nos ensinou lições valiosas. Foi com ele que meus filhos aprenderam sobre a importância de cuidar de alguém. Aprenderam sobre amizade, companheirismo e responsabilidade. Aprenderam sobre relações desinteressadas e, principalmente, sobre esses seres tão puros que já nascem sabendo o que nós, humanos, levamos uma vida inteira para aprender. Sua respiração foi ficando mais lenta e suave. Ali eu soube que ele tinha entendido.

Eu estou te falando tudo isso, Deus, porque o câncer o levou de mim. Por mais que soubéssemos que esse momento chegaria, nada no mundo poderia nos preparar para nos despedirmos do nosso melhor amigo. Em sua última semana, cozinhei o que ele mais gostava, demos comida na boca, permiti tudo aquilo que sempre evitei para que o excesso de peso não comprometesse o coração.



Restam infinitos questionamentos por parte das crianças: se ele levou a coleira, se no céu alguém vai brincar com ele, se eu lembrei de avisar alguém que ele adora pão de queijo.

Mesmo em seus últimos dias, mesmo com todo o desconforto, ele não perdeu a ternura. Seguiu abanando o rabo todos os dias ao me ver. Seguiu demonstrando amor, mesmo quando já não tinha mais nada a oferecer. Através dele, eu vi a grandeza que se esconde na fragilidade.

Eu ainda o procuro todas as manhãs. Busco e, por um longo tempo ainda, buscarei o meu companheiro das madrugadas insones. Ainda não acredito que aqueles olhos, os mais sinceros e puros que os meus já cruzaram, se apagaram. Sei que no dia em que se tornar difícil me lembrar do som, do cheiro, do toque e da cor, vai doer ainda mais. Meu amor por ele, por um bom tempo, não saberá por onde ir. Sinto o vazio da ausência, o silêncio da partida. Sinto a presença incômoda da sua falta. Apesar disso, da mesma forma que sinto sua despedida, sinto de forma intensa a sua vida. Sinto cada cantinho dessa casa que ele tocou. Sinto cada pessoa cuja vida ele marcou.

Como prometi aos meus filhos que ele iria morar aí, espero que goste dele tanto quanto a gente gostou por aqui. Saiba que já estamos com saudades e nosso coração dói. Apesar disso, ficaremos bem. Por favor cuide dele até o nosso reencontro.



UMA VIDA PELO CAMPO

UM DOS PLAYERS MAIS IMPORTANTES DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO, **WILSON ROMANINI** – DIRETOR-PRESIDENTE DA VITTIA – CONTA O INÍCIO DE SUA TRAJETÓRIA NA COMPANHIA E SOBRE A NECESSIDADE DE DESLOCAMENTOS ÁGEIS E SEGUROS ENTRE AS UNIDADES PRODUTIVAS DE SUA EMPRESA.

“

A mobilidade aérea colabora para estarmos mais próximos do cliente, além de proporcionar ganho de tempo essencial para o desenvolvimento dos negócios.

”

Wilson Romanini é Diretor-Presidente da Vittia, uma das maiores empresas de insumos agrícolas do mundo. Fundada em 1971, no interior de São Paulo, se destaca na produção de inoculantes para fixação de nitrogênio, fertilizantes e defensivos para a lavoura. A companhia possui oito unidades fabris e seis centros de distribuição espalhados pelo Brasil. A seguir, Romanini fala sobre a história de sua companhia – controlada junto com o irmão, Guilherme – e da importância da mobilidade aérea privada para o negócio.

Como nasceu a Vittia?

Originalmente, era uma empresa de aviação agrícola, em 1971. Com o relacionamento que os dois sócios da época tinham com o Instituto Agrônomo de Campinas (SP), ficaram sabendo da chegada de uma nova tecnologia: um inoculante para fixação biológica de nitrogênio. Eles começaram a produzi-lo, mas não tinham expertise para vender a solução. Então, convidaram meu pai para desenvolver a área comercial, mas os sócios acabaram desistindo do negócio anos depois. Meu pai acabou assumindo o controle da empresa.

E quando você chegou na companhia?

Me formei em Economia pela PUC-Campinas e fui para a companhia em 1992. Meu irmão, Guilherme, em 1996. Desde

então, temos trabalhado pela continuidade do crescimento do grupo.

Qual o tamanho da Vittia hoje no mercado do agronegócio?

Somos uma empresa de capital aberto, com receita líquida de R\$ 756,1 milhões em 2023. Nossa abrangência é de âmbito nacional, com liderança na fabricação dos inoculantes, onde temos 25% do mercado brasileiro; na parte dos fertilizantes especiais, estamos entre os três maiores do país; e nos biodefensivos também, no top 3 dos players do mercado.

Exportamos para a América Latina – Paraguai, Chile e Argentina – e abrimos uma filial no México. Já realizamos algumas transações com países da África e Leste Europeu. A expansão internacional tem sido feita de forma sábia, sem dar um passo maior do que nossa capacidade. Até porque, ainda temos muito o que crescer no mercado interno, que é o nosso foco principal.

De que forma está organizada a capilaridade da empresa?

São oito plantas industriais e seis centros de distribuição no Centro-Oeste, Nordeste, Sudeste e Sul. São estruturas fundamentais para termos uma logística eficiente, a fim de atender bem o produtor rural.

Como a mobilidade aérea privada ajuda no desenvolvimento do seu negócio?

Ela facilita bastante o operacional da companhia. Se você pensar que estamos em um país de dimensões continentais, poder contar com um avião particular nos ajuda muito nos deslocamentos entre as unidades de negócio e com demandas mais urgentes. A mobilidade aérea colabora também para estarmos mais próximos do cliente e acompanhar de perto as transações mais importantes, além de proporcionar ganho de tempo essencial para o desenvolvimento dos negócios.





O QUARTETO DA FELICIDADE

POR CAU SAAD

O corpo humano possui uma espécie de “farmácia interior”, capaz de produzir substâncias essenciais para melhorar a qualidade de vida. Quatro delas são muito importantes: serotonina, dopamina, endorfina e ocitocina. Vamos entender como cada uma delas funciona, seus benefícios e como podemos elevar sua produção.

A **serotonina** é um neurotransmissor que desempenha um papel fundamental na regulação do humor, sono, apetite, memória e outros processos fisiológicos. Chamado de “hormônio da felicidade”, é produzido principalmente no intestino e no cérebro. Seu desequilíbrio pode ter um impacto significativo na saúde.

Os principais benefícios da serotonina são: influencia o humor; participa na regulação dos ciclos de sono; colabora no controle da fome e a saciedade; contribui para processos cognitivos como memória e aprendizado; regula o movimento intestinal e a função gastrointestinal.

Como elevar a serotonina? Consumindo alimentos ricos em triptofano; a prática de exercícios físicos regularmente e a exposição à luz solar.

A **dopamina** é conhecida por sua participação no ciclo de recompensa, estimulando o cérebro a completar tarefas. Além disso, este neurotransmissor atua na coordenação de movimentos voluntá-

“

A ocitocina é conhecida como o “hormônio do amor ou do abraço”, devido ao seu papel significativo nas relações sociais, na reprodução e no comportamento afetivo.

”

rios, aprendizado, cognição, memória e tomadas de decisão. Também tem relação sobre as sensações de prazer, motivação do dia a dia, vitalidade e disposição.

Seu desequilíbrio pode ter impactos significativos na saúde mental e física. Disfunções na produção de dopamina estão associadas a doenças como o Parkinson – caracterizada pela degeneração dos neurônios dopaminérgicos, resultando em rigidez muscular, tremores e dificuldades de movimento –, a depressão e anedonia (incapacidade de sentir prazer).

Fatores que colaboram com a produção da dopamina são o consumo de alimentos como carne, peixe, ovos e produtos lácteos; a atividade física regular; e um sono adequado, fundamental para a produção e regulação do neurotransmissor.

A **ocitocina** é um hormônio e neurotransmissor produzido no hipotálamo. É conhecida popularmente como o “hormônio do amor ou do abraço”, devido ao seu papel significativo nas relações sociais, na reprodução e no comportamento afetivo. Tem ligação com a redução da ansiedade, sentimentos de calma, conexão e segurança. Outros estudos apontam o poder terapêutico da substância, capaz de diminuir a memória de experiências ruins, e de efeitos antidepressivos e ansiolíticos.



Dentre outros benefícios estão a redução dos níveis de cortisol, o hormônio do estresse, promovendo uma sensação de paz e bem-estar; melhora na interação social e a comunicação em indivíduos com transtorno do espectro autista; durante o parto, a ocitocina estimula as contrações uterinas, facilitando o nascimento.

Como elevar a ocitocina no corpo? Estar ao lado de pessoas que amamos, que temos intimidade, apego, interações sociais positivas e abraçar por 20 segundos, já a libera em nosso organismo! Além disso, meditação, relaxamento, massagem, atos de bondade, confiança, apoio emocional e interações sociais positivas podem estimular a sua liberação.

Por fim, a **endorfina** atua como um poderoso analgésico, sendo liberada pelo organismo em situações de dor. Nas células nervosas específicas, nos faz sentir menos desconforto. Ela ajuda ainda a controlar a resposta do corpo ao estresse. Pesquisas apontam também o seu potencial para inibir o crescimento de células cancerígenas e equilibrar a produção de outros hormônios.

É possível elevar a endorfina no organismo fazendo exercícios físicos constantemente. Mas não só assim: o riso, as gargalhadas e contato social positivo colaboram para a sua liberação também. Meditação e atividades criativas, como pintura ou ouvir música, contribuem para os níveis de endorfina aumentarem.

Avantto Share



A solução de compartilhamento de aeronave é a maneira mais inteligente de voar privado.

1.

A aeronave é dividida em cotas que se adaptam à sua necessidade de utilização.



2.

Cada cota permite ao cliente voar um determinado número de horas com garantia de **100% de disponibilidade** e acesso a toda frota.



3.

Rateio dos custos fixos mensais entre os cotistas e quando voar só paga pelos custos variáveis. **Redução de até 95% do investimento e despesas.**





Avantto Single Ownership

No Programa Single Ownership da Avantto, você aproveita os benefícios do uso privado da sua aeronave sem as preocupações com gerenciamento e operação do dia a dia.

SGSO



Nosso sistema de gerenciamento de segurança é feito com base nos pilares, padrões e recomendações do **IS-BAO Nível II (International Standard for Business Aircraft Operations)** certificado mais importante no mercado da Aviação executiva que garante a Avantto trabalhar dentro dos mais elevados padrões de segurança de voo.

TRIPULAÇÃO



Nossos processos de seleção, contratação e treinamento seguem os mais rigorosos padrões de segurança e regulamentação.

MANUTENÇÃO



O Planejamento e controle de manutenção é feito de forma preditiva, seguindo todos os manuais e protocolos da aeronave garantindo o aumento de disponibilidade da aeronave, redução de paradas e de custos adicionais.

LOGÍSTICA E COORDENAÇÃO DE VOO



Planejamento Aéreo e terrestre de toda a missão do voo: Reserva de hotel para tripulação, Reembolso de despesas

Avantto Sales

Assessoria completa de **compra e venda de aeronaves** no mercado nacional e internacional. Oferecemos soluções personalizadas para todos os tipos de transações de aeronaves privadas.

Nossa equipe de especialistas, (**Jurídico, financeiro e manutenção**) garantem o melhor benefício das suas transações.

Frota Avantto

Operamos os modelos de aviões e helicópteros mais modernos do mercado em suas categorias, oferecendo soluções que se encaixam nas mais variadas necessidades de transporte executivo e lazer.



**PHENOM
100**



Lugares (piloto + pax):
2+4



Veloc. de cruzeiro:
722 km/h



Alcance:
2.182 km



**PHENOM
300**



Lugares (piloto + pax):
2+7



Veloc. de cruzeiro:
739 km/h



Alcance:
3.649 km



**EPIC
E1000 GX**



Lugares (piloto + pax):
2+4



Veloc. de cruzeiro:
617 km/h



Alcance:
2.890 km



**AGUSTA
AW 109
GRAND**



Lugares (piloto + pax):
2+6



Veloc. de cruzeiro:
285 km/h



Alcance:
825 km



**AGUSTA
AW109
POWER**



Lugares (piloto + pax):
2+6



Veloc. de cruzeiro:
282 km/h



Alcance:
930 km



**ESQUILO
B4 H130**



Lugares (piloto + pax):
1+5



Veloc. de cruzeiro:
236 km/h



Alcance:
606 km



**ESQUILO
B3 H125**



Lugares (piloto + pax):
1+5



Veloc. de cruzeiro:
222 km/h



Alcance:
596 km

Blog Avantto LifeStyle

Notícias sobre a aviação executiva, viagens pelo mundo, experiências inesquecíveis e dicas profissionais e de estilo

Como a aviação executiva impulsiona o agronegócio no Brasil?

Empresas agropecuárias do País têm adotado a mobilidade aérea privada como ferramenta para garantir agilidade nos deslocamentos de profissionais e insumos entre fazendas, plantas industriais e escritórios, aprimorando a performance do setor.



O que é voo por instrumento?

A modalidade de voo com apoio tecnológico dentro e fora da aeronave é essencial para voos em condições climáticas adversas.





Hotspot: Punta del Este

Um roteiro completo para curtir o balneário mais charmoso da América do Sul no próximo feriado. Gastronomia, arte, experiências ao ar livre e muito mais.

LEIA MAIS AQUI:



LEIA MAIS AQUI:



Cresce mercado de compartilhamento

Operações com aeronaves executivas dentro do modelo cresceram 13,4% em 2023. Qualidade do serviço, garantia de voo e equipamentos mais modernos estão entre os atrativos.

Parcerias de luxo

Avião da Porsche? Helicóptero Aston Martin? Jatos e helicópteros desenvolvidos em colaboração criativa com montadoras de supercarros se tornaram objetos do desejo para quem busca exclusividade. Conheça alguns destes projetos no blog da Avantto.

LEIA MAIS AQUI:



Olhar do Alto

POR CÁSSIO VASCONCELLOS



PLANTAÇÃO DE LARANJAS EM
AVARÉ (SP), 2006

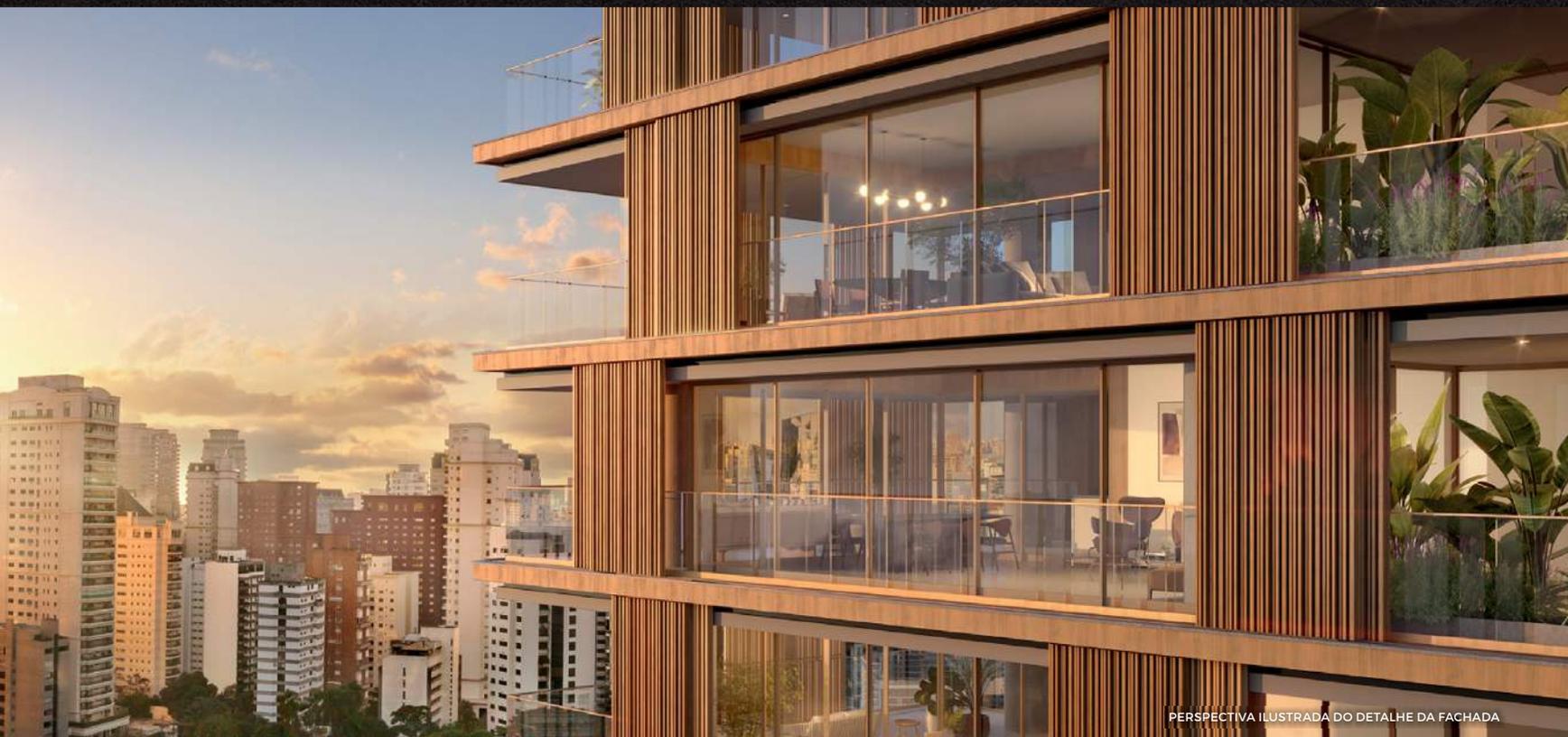
OBRAS INICIADAS

FIGUEIRA

LEOPOLDO

INDIE

*Leopoldo Couto de Magalhães,
a rua mais nobre do Itaim.*



PERSPECTIVA ILUSTRADA DO DETALHE DA FACHADA

4 SUÍTES

355 M²

1 POR ANDAR

ENDEREÇO: RUA LEOPOLDO COUTO DE MAGALHÃES JÚNIOR, 1.142 - ITAIM BIBI

Saiba mais:



REALIZAÇÃO E CONSTRUÇÃO:



REALIZAÇÃO:



O Memorial de Incorporação do empreendimento de natureza residencial a ser desenvolvido à Rua Leopoldo Couto de Magalhães Jr. encontra-se registrado sob a Matrícula nº 201.637, no 4º Oficial de Registro de Imóveis da Capital – São Paulo-SP Incorporação R. 02/201.637, datada de 23 de dezembro de 2021. Planejamento e Intermediação: HB Brokers Gestão Imobiliária Ltda. – Av. Vereador Narciso Yague Guimarães, 1.145 – 15º andar – Mogi das Cruzes-SP – CNPJ 02.967.401/0001-40 – Creci 016797-J. Tel.: (11) 3674-5500. MPD VENDAS E NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS LTDA. – CRECI J23926 – CNPJ 02.093.253/0001-82 – CIDADE DE BARUERI, ESTADO DE SÃO PAULO, NA ALAMEDA MAMORÉ, 687, 18º ANDAR, SALA 1.803-C, ALPHAVILLE, CEP 06454-040. As informações constantes no Memorial de Incorporação e nos futuros Instrumentos de Compra e Venda prevalecerão sobre as divulgadas neste material. A imagem é meramente ilustrativa. As tonalidades das cores, formas e texturas podem sofrer alterações. A vegetação exposta é meramente ilustrativa, apresenta o porte adulto de referência e será entregue de acordo com o Projeto Paisagístico, podendo apresentar diferenças de tamanho e porte.



AVANTTO LIFESTYLE